



INSTITUTO POLITÉCNICO  
DE VIANA DO CASTELO

Stephanie Fernandes

# A IMPORTÂNCIA DO DESIGN GRÁFICO

## COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO

### EM CONTEXTO COMERCIAL E EMPRESARIAL

Nome do Curso de Mestrado  
Design / Design Integrado

Trabalho efectuado sob a orientação do  
Doutora Maria Teresa Vicente da Silva Alves Vasconcelos  
Mestre Patrícia Alexandra Pinheiro Castro Vieira

Outubro de 2011



# Membros Júri

Presidente:                      Doutor Pedro Vasco da Silva Magalhães e Vasconcelos

Prof. Adjunto do IPVC-ESTG

Coordenador do MDI

Vogal                              Prof. Doutor Pedro Miguel do Vale Moreira

Prof. Adjunto do IPVC-ESTG

Arguente

Vogal                              Doutora Maria Teresa Vicente da Silva Alves Vasconcelos

Professora Coordenadora do IPVC-ESTG

Orientadora

Vogal                              Mestre Patrícia Alexandra Pinheiro Castro Vieira

Prof. Assistente do IPVC-ESTG

Coorientadora





# Agradecimentos

A minha profunda gratidão pela orientação da tese e disponibilidade das docentes, Doutora Teresa Vasconcelos (Orientadora) e Mestre Patrícia Alexandra Pinheiro Castro Vieira (co-orientadora), dado o seu acompanhamento e aconselhamento de referências bibliográficas, foi possível a estruturação do relatório de estágio.

Aos meus pais por todo o apoio, motivação, encorajamento e confiança depositada em mim ao longo de toda a minha vida.

Ao Tiago Lomba, pela sua ajuda e compreensão.

Ao professor Pedro Vasconcelos, pela sua disponibilidade, orientação e compreensão.

À minha colega de mestrado, Jennifer Fernandes, pela sua amizade e ajuda ao longo do curso.

Às ajudas muito prestáveis dos colegas de trabalho que ajudaram a obter certas informações e conclusões.

A todos os docentes que contribuíram para a minha formação e conhecimentos adquiridos no meu percurso académico.

O meu sincero muito obrigada, a todos aqueles que me acompanharam e auxiliaram nesta trajectória.



# Resumo

O presente trabalho aborda a importância do Designer como elemento de comunicação no mundo empresarial, tendo como suporte a realização de um relatório de Estágio para obtenção do grau de Mestre em Design Integrado, na empresa *ad8biz*. Foram concretizados projectos que ainda estão em fase de introdução no mercado.

Foram desenvolvidos diversos projectos, nos quais, se destacam a página *Web ad8biz*, a revista *ad8biz* e o *Wesha*. Estes projectos fazem parte de um todo, isto é, apesar de poderem ser utilizados de forma independente, estes fazem parte de um projecto integrado. Foram ainda desenvolvidas algumas apresentações, banners publicitários, flyers e logótipos, tudo para meios divulgativos, na área do design gráfico.

Com este projecto integrado pretende-se evidenciar as influências do design gráfico na sociedade actual e determinar o peso relativo destes dois intervenientes no processo criativo e comunicacional no meio empresarial. O design gráfico assume, desde o seu aparecimento, um papel determinante no meio comunicacional. Tem vindo cada vez mais a ser utilizado como ferramenta essencial no meio empresarial para a promoção de produtos ou serviços.

O ser humano sempre teve necessidade de comunicar com os seus semelhantes, o que o levou a recorrer a diversos meios, como, o desenho, a escrita, os símbolos e a cor.

Conclui-se que o design gráfico constitui uma interface através da qual, imagens, textos, cores, símbolos transmitem uma determinada mensagem. Essa mensagem tem como objectivo cativar e chamar a atenção do consumidor, que progressivamente tem vindo a ser mais exigente.

Para tal o design tem de saber responder às necessidades e desejos dos seus clientes, demonstrando com convicção, a qualidade e a eficiência dos produtos ou serviços que promove, tendo em conta o(s) seu(s) público(s)-alvo(s).

**Palavras-chave:** design gráfico; portal de negócios; revista; publicidade; oportunidades.

# Abstract

This paper discusses the role of designers as a communication element in business, based on a workplacement that take place in the *ad8biz* company. The projects that were implemented are still being introduced in the market.

Several projects, in which stand out *ad8biz* Web page, the magazine *ad8biz* and *Wesha* were developed. These projects are part of a whole, although they can be used independently, they are part of an integrated project. Some presentations, banners, flyers and logos reported in the area of graphic design were also developed.

With this integrated project aims to highlight the influences of graphic design in today's society and determine the relative weight of these two players in the creative and communication process in the business community. Graphic design assumes, from its origin, a role in the communication medium. It has increasingly being used as an essential tool in business to promote products or services.

Human being have always had a need to communicate with their peers, which led him to use various means, including, drawing, writing, symbols and color.

It is concluded that graphic design is an interface through which images, text, colors, symbols convey a particular message. This message is to engage and draw the attention of consumers, which has been progressively more demanding.

For this design has to know the needs and desires of its customers, demonstrating with conviction, the quality and efficiency of the products or services that promote, taking into account (s) your (s) audience (s) target (s ).

Keywords: graphic design, business portal, magazine, advertising; opportunities.

# Índice

3	Membros Júri
5	Agradecimentos
7	Resumo
8	Abstract
9	Índice
11	Lista de figuras e tabelas
13	Lista de abreviatura e símbolos
15	Capítulo 1: Introdução
16	Enquadramento
18	Objetivos
19	Organização do relatório de estágio
21	Capítulo 2: O projecto ad8biz
23	Capítulo 3: Revista
24	Descrição
25	Características
25	Layout Gráfico
27	Capítulo 4: Portal
28	Descrição

29	Layout Gráfico
41	Limites e conclusões
43	Capítulo 5: Wesha
44	Descrição
46	Criação do layout Gráfico
53	Limites e conclusões
55	Capítulo 6: Conclusões
59	Capítulo 7: Referências
60	Bibliografia
61	Apêndice 1: Revista
79	Apêndice 2: Portal ad8biz
91	Apêndice 3: Wesha
CD	Todo o trabalho prático de estágio

# Lista de figuras e tabelas

fig.1 Evolução do Logo: a) 1º Logo da firma; b)1º estudo; c) 2º estudo.....	25
fig.2: Gradiente utilizado na face do logótipo .....	26
fig.3: Gradiente utilizado na espessura do logótipo .....	26
fig.4: Gradiente utilizado nas barras do logótipo.....	27
fig.5: Gradiente utilizado nas barras do logótipo.....	27
fig.6: segundo estudo do logótipo ad8biz, 2D e 3D.....	28
fig.7: Gradiente utilizado na face superior do logótipo.....	28
fig.8: Gradiente utilizado na face inferior do logótipo.....	29
fig.9: Home do portal ad8biz.....	31
fig.10: “caixas” dos subtemas do portal ad8biz.....	32
fig.11: Agenda do portal ad8biz.....	33
fig.12: “mais informações” agenda do portal ad8biz.....	34
fig.13: “folha” de conteúdos e informação de uma das categorias de um dos subtemas.....	34
fig.14 - Estudos do logo Wesha.....	40
fig.15 – Face principal (frente) do logo Wesha.....	41
fig.16 – Face secundária (verso) do logo Wesha.....	41
fig.17: Gradiente utilizado na face do logótipo wesha.....	43
fig.18: Gradiente utilizado na sombra do logótipo wesha.....	43
fig.19: Gradiente utilizado nos brilhos do logótipo wesha.....	43
fig.20: Rosto wesha (vídeo, descrição e login).....	44
fig.21: Home do wesha (interior).....	45
fig.22: identidade, dados para preenchimento (interior).....	46

tab.1: Cores utilizadas no gradiente da face do logo.....	26
tab.2: Cores utilizadas no gradiente da espessura do logo.....	26
tab.3: Cores utilizadas no gradiente das barras do logótipo.....	27
tab.4: Cores utilizadas no gradiente das barras do logótipo.....	27
tab.5: Cores utilizadas no gradiente da face superior do logótipo ad8biz.....	28
tab.6: Cores utilizadas no gradiente na face inferior do logótipo ad8biz.....	29
tab.7: Cores utilizadas no gradiente da face do logótipo wesha.....	43
tab.8: Cores utilizadas no gradiente da sombra do logótipo wesha.....	43
tab.9: Cores utilizadas no gradiente dos brilhos do logótipo wesha.....	43



## Lista de abreviaturas e símbolos

CV	- Curriculum Vitae
Dpi	- Dots per inch, (Pontos por polegada)
Ed.	- Edição
fig.	- Figura
p.	- Página
pp.	- Páginas
tab.	- Tabela
UC	- Unidade Curricular
www	- world wide web



# Capítulo 1

## Introdução

## Enquadramento

*“ [...] o êxito depende do trabalho harmonioso de um vasto e articulado leque de capacidades. Entre estas, estão obviamente as capacidades de criar, (...) a ideia original até ao produto final, este itinerário caracterizava-se pela sequencialidade linear dos acontecimentos: com o contributo do Marketing e de outras disciplinas de análise e de programação [...]”, (Maldonado, 1999, p.103).*

Segundo refere e demonstra Tomas Maldonado, para todo o tipo de trabalhos, sejam eles a nível de projecção, arquitectónicos, económicos, virtuais gráficos, entre outros, todos eles tem de possuir uma base que se baseie no contributo não só da ideia em si, mas também de inúmeros conhecimentos multidisciplinares, que no seu todo, contribuem e são fundamentais para o desenvolvimento harmonioso e lógico de qualquer processo de design. Isto é, para que um projecto resulte, este tem acima de tudo de chamar a atenção, de cativar e de convencer que se trata de um projecto eficaz para que justifique o seu investimento e desenvolvimento. Para que este tenha êxito e possa chegar aos olhos do mercado e consiga demonstrar todos estes parâmetros, mencionados anteriormente, conta com a eficiência do design comunicacional.

Dai a importância do design gráfico como meio de divulgação e comunicação no contexto comercial e empresarial.

O design gráfico assume, desde o seu aparecimento, um papel determinante no meio comunicacional. Tem vindo cada vez mais a ser utilizado como ferramenta essencial no meio empresarial para a promoção de produtos ou serviços.

O ser humano sempre teve necessidade de comunicar com os seus semelhantes, o que o levou a recorrer a diversos meios, como, o desenho, a escrita, os símbolos e a cor.

Segundo Bruno Figueiredo, *“ A função primordial do design gráfico é estabelecer hierarquias visuais, onde a ênfase é dada às partes mais importantes, de forma a que o público compreenda a mensagem através de uma organização*

*consistente de informação.” (Bruno Figueiredo, 2004, p.49).* Isto é, o design gráfico constitui uma interface através da qual, imagens, textos, cores, símbolos transmitem uma determinada mensagem. Essa mensagem tem como objectivo cativar e chamar a atenção do consumidor, que progressivamente tem vindo a ser mais exigente.

Para tal o design tem de saber responder às necessidades e desejos dos seus clientes, demonstrando com convicção, a qualidade e a eficiência dos produtos ou serviços que promove, tendo em conta o(s) seu(s) público(s)-alvo(s).

## Objectivos

Partindo daqueles que são os objectivos da empresa *ad8biz*, os produtos desenvolvidos, tem como principal objectivo servir como elo de ligação entre o Portal e a Revista, para cativar não só o utilizador mas também o anunciante. Isto é, aquilo que a empresa tem de fazer será, não só cativar o anunciante a apostar nos nossos produtos como meios divulgativos da sua empresa, mas demonstrar aos anunciantes, a funcionalidade do trabalho desenvolvido pela *ad8biz*, que visa a cativação dos utilizadores/consumidores.

Logo o projecto a desenvolver deverá, obrigatoriamente, ser um produto que tenha em conta os seguintes objectivos:

- 1- A criação de um portal, intuitivo no processo de consulta e simplificado no software de gestão web dos clientes.
- 2- A criação de uma revista, dinâmica e arrojada com diversos temas de interesse, com qualidade gráfica e qualidade editorial.

## Organização do relatório de estágio

A experiência vivida ao longo deste estágio proporcionou uma experiência muito gratificante a nível do desenvolvimento de vários produtos, proporcionando um contacto directo do designer com o mercado de trabalho, pondo à prova todos os conhecimentos adquiridos até então.

Para a concretização de todos os trabalhos desenvolvidos, foram realizadas diversas reuniões com futuros e potenciais clientes da empresa e ainda diversas pesquisas. Pois, *“No campo do Design não se deve projectar sem um método, pensar de forma artística procurando logo a solução, sem se ter (...) pesquisado a sua exacta função”*, (Munari, 1993, p.21). Assim como refere, Bruno Munari, toda a pesquisa e conhecimentos adquiridos ao longo desta, são fundamentais para um melhor percurso e desenvolvimento de um determinado projecto, para que este chegue a um bom porto. Assim sendo, todos os dados adquiridos de pesquisa ao longo deste projecto, resultam dos seguintes passos exercidos.

Primeiramente definiu-se e distribuiu-se as tarefas a desenvolver ao longo do projecto, através da execução de um cronograma, ficando concluído após várias correcções dos encarregados.

De seguida iniciou-se uma variada e intensiva pesquisa no âmbito de identificação do mercado e do público-alvo para os produtos a desenvolver. Tendo como principal prioridade a site *ad8biz* e a revista. Foi no âmbito, no conceito e na estratégia que foram abordadas mais aprofundadamente as características do perfil do utilizador. Estas futuramente iriam ter de entrar em sintonia com o cenário e a tipologia de trabalho. Foi nesta fase que , depois de se ter todo o tipo de informações necessárias, foi criado o portal *ad8biz* e logo de seguida a sua revista.

Todo o trabalho não conseguiria ter seguimento se não fossem as ajudas muito prestáveis de outros colegas de trabalho que ajudaram a obter certas informações e conclusões. Foi um verdadeiro trabalho em equipa.

O relatório de estágio foi estruturado e distribuído em sete capítulos, que de forma mais específica demonstram tudo aquilo que foi feito e tido em conta ao longo do trabalho prático realizado.

No capítulo 1, *Introdução*, faz-se um enquadramento daquilo que esta em questão e a organização da dissertação.

No capítulo 2, *Projecto ad8biz*, descreve-se de forma sintetizada, a essência do projecto *ad8biz* e aquilo que se pretende com o mesmo.

No capítulo 3, *Revista*, descreve-se o respectivo contexto, características e desenvolvimento em termos práticos de layout.

No capítulo 4, *Portal*, faz-se a descrição da estrutura, métodos e passos tidos em conta para o seu desenvolvimento prático a nível gráfico.

No capítulo 5, *Wesha*, descreve-se o significado deste produto informático, o que se pretende com o mesmo, e a base de critérios tidos em conta no seu desenvolvimento.

No capítulo 6, *Conclusões*, descreve-se tudo aquilo que foi adquirido e tido em conta como conclusão deste projecto.

E para finalização, no capítulo 7, *Referências*, é colocada toda a bibliografia e webbibliografia, que foram tidas em conta como referências para a concretização deste trabalho.



## Capítulo 2

O projecto ad8biz

*Ad infinitum biz (ad8biz)* provém do latim, o que significa até ao infinito dos negócios.

A *ad infinitum biz (ad8biz)* é propriedade intelectual de Manuel Alexandre Jeanne Saldanha. É um veículo promotor de soluções, que oferece uma parceria de negócio por licença de exploração de uma marca registada. É também um conceito que visa criar uma rede de portais para potenciar negócios de cidades/regiões e a oportunidade de criar o seu negócio na área de vendas de publicidade. Os suportes disponibilizados pelo projecto da *ad8biz* são:

1. A edição mensal de uma revista de distribuição gratuita onde os clientes podem promover e potenciar as suas marcas.
2. Portal de negócios de cidade.
3. Software de gestão Web adaptado às necessidades de cada cliente.
4. Apoio nas actividades de negócio sustentado por uma central de processamento de serviços.
5. Tratamento simplificado da imagem de marca de cada cliente.

Pretende-se atingir os seguintes requisitos:

- Na Revista:

1. Dinâmica e arrojada com diversos temas de interesse.
2. Qualidade gráfica.
3. Qualidade editorial.

- No Portal:

1. Intuitivo no processo de consulta.
2. Simplificado no software de gestão web dos clientes.

Concluindo a *ad8biz* é a interacção de uma revista de conteúdos generalistas e publicitários, com um portal de informação comercial, profissional e lúdica e ainda com um software que ajuda os comerciantes a promover os seus produtos na WEB. Tudo isto acaba por resumir-se numa rede de negócios e de trabalho, podendo caminhar para uma rede social.

# Capítulo 3

Revista

## Descrição

A revista *ad8biz* nasce a partir de um conceito inovador que junta uma revista generalista com um portal de negócios que visa projectar e qualificar o potencial dos anunciantes assim como elevar o nível de informação dos leitores. Para tal pretende-se um universo de público-alvo alargado, gerando uma vasta rede de distribuição.

Os temas da edição serão transversais à actualidade, sendo abordados os seguintes; Saúde, Serviços, *Pleasures*, Artes & Cultura, agenda cultural, Imobiliária e Decoração, Auto & Motor, Tecnologias, Moda. A Revista disponibiliza uma secção de *MarketPlace* onde os anunciantes poderão informar e promover as suas actividades comerciais e institucionais.

Com isto, a revista pretende servir os interesses de todos os anunciantes, tornando-se numa ferramenta imprescindível de Marketing territorial. Assim, a revista funcionará como um instrumento de Marketing estratégico e operacional para todos os produtos nela anunciados.

A rede de distribuição da revista será efectuada de forma local e quase singular, abrangendo todas as empresas locais, postos de turismo, cafés, restaurantes, stands, bares, salões de moda, cabeleireiros, grandes superfícies, entre muitos outros. Será de distribuição gratuita, visto os seus custos serem suportados pelos anunciantes.

A *ad8biz* ainda oferece aos anunciantes da revista os softwares adaptados aos mais variados ramos de negócios. Esse software também poderá ser vendido a clientes que não queiram anunciar nas revistas *ad8biz*.

## **Características**

**Páginas:** variável 32 a 96 páginas (capas incluídas)

**Capa Formato:** 420x297 mm

**Papel:** Folha Gloss - 170 GR

**Impressão:** Cores: 4/4;

**Pré-Impressão:** Cd em PDF pronto para CTP

**Acabamento:** Verniz U.V Tipo: Brilho; Face: F; Reserva: Não;

**Expedição:** Embalagem Em: Maços Cintados;

**Entrega:** 1 ponto em Braga

### **Miolo Agrafado**

**Formato:** 210x297 mm (A4)

**Papel:** Bobine Mate - 65 GR

**Impressão:** Cores: 4/4;

**Pré-Impressão:** Cd em PDF pronto para CTP

**Acabamento:** Agrafar a Arame

## **Layout Gráfico**

Para a realização da revista, foram utilizados três programas fundamentais do Pack da Adobe Master Collection CS5, o Illustrator, o InDesign e o Photoshop.

O InDesign foi utilizado para criação do layout e paginação da revista, o Illustrator para criação dos layouts das publicidades e o Photoshop para tratamentos de imagens.

Para a realização do layout da revista, foram tidos em conta parâmetros primordiais na sua estruturação, um formato A4 na vertical, margens de 1,5cm nas laterais e na inferior, e 2cm de margem na superior e um Bleed de 3mm. Relativamente à estruturação da revista, o ponto mais importante foi a simplicidade.

Deve-se também referir que todo o conteúdo (logótipos, informações e registos fotográficos), referentes às publicidades é todo ele fictício, pois esta revista apenas representa um protótipo.

Todas as imagens presentes neste protótipo resultam na base de uma pesquisa, disponibilizada pelo google e através de sites gratuitos. Todas as imagens foram cuidadosamente seleccionadas e estudadas, recorrendo apenas a imagens de grande resolução. Os logótipos e os dados referentes às publicidades são apenas simulações, para que estas se aproximassem mais da realidade.

A revista segue uma estruturação lógica, obedecendo a um padrão de organização muito simples. Todas as páginas pares situadas à esquerda, são páginas de conteúdos referentes aos temas abordados pela revista e as páginas ímpares no lado direito são destinadas às publicidades. *(ver apêndice 1)*

Os artigos servem, para tornar a revista mais culta e não fazer dela um catálogo. Não se pretende bombardear os leitores apenas com publicidades, mas também captar a atenção do leitor com temas da actualidade e demonstrar que também se trata de uma revista de culto. Todos estes artigos têm um layout igual, simples e sem ruído visual. O tamanho de letra utilizado foi o 12, para que todo o tipo de leitor possa usufruir uma boa leitura.

A simplicidade e a clareza são os princípios fundamentais e orientadores, para a conclusão de um design harmonioso.

## Capítulo 4

### Portal

## Descrição

O portal *ad8biz* está disponível em oito línguas. Visa publicitar e divulgar a imagem e marcas dos clientes anunciantes da revista e também dos que meramente utilizam o software *ad8biz*.

O portal tem como objectivo, tornar-se numa ferramenta de fácil acesso e funcional, para que todos os utilizadores do portal possam navegar de forma muito intuitiva, onde a procura dos seus interesses, seja rápida.

Os conteúdos disponibilizados pelo portal vão de encontro com os conteúdos da revista, uma vez que este faz parte do mesmo serviço. Este para além de conter estes conteúdos, ainda dispõe de uma parte que apenas se encontra disponível no portal, funcionando apenas em suporte digital. Nos suportes digitais tem ainda, o *networking*, *famoso por um dia*, *franchising*, oportunidades, *wesha*, *jogos* e o *desafio / global challenge*. Estes serviços encontram-se ainda em fase de análise e desenvolvimento. O *wesha* é um dos que está a ser desenvolvido, sendo associado a este, um novo formato de Curriculum Vitae. As inovações introduzidas por este formato de CV, permitem ainda transformá-lo numa rede profissional e social. Dispõe ainda de jogos (lúdicos e didácticos), bem como uma forte actividade de sorteios e concursos para atrair utilizadores. Com este tipo de entretenimentos, têm como propósito cativar e atrair muitos utilizadores ao portal.

Resumindo, o software *ad8biz* destina-se a permitir a toda e qualquer pessoa que quer comprar e/ou vender um produto fazer a gestão WEB das suas vendas, com a particularidade de permitir exportar automaticamente os produtos introduzidos no software, para todos os sites e portais que onde deseje ver o(s) seu(s) produto(s) anunciado(s).



## Layout Gráfico

Todo o trabalho exercido para a concepção deste portal, teve como ferramenta essencial o Adobe Illustrator CS5. Este portal foi concebido com uma resolução de 800x600 pixéis, que corresponde à resolução mínima de um monitor de 17 polegadas. Contudo, esta resolução não é fixa, o que permite obter um portal “elástico” que se adapte a todo tipo de monitores. Contudo, foi concebido com estas medidas iniciais, para uma estruturação e distribuição de conteúdos. O motivo pelo qual se optou desenhar neste formato, em primeiro lugar deve-se também ao facto de esta ser a resolução mais utilizada pelos utilizadores nos dias de hoje. Segundo Bruno Figueiredo, “ [...] *A larga maioria dos utilizadores utiliza uma resolução de 800x600 pixéis ou acima desta. (...) Recentemente tem-se vindo a encontrar cada vez mais sites desenhados para 800x600 (...). Para além destas resoluções fixas, o site pode ser desenhado elasticamente, de forma a que se adapte a qualquer tipo de resolução ou monitor.*”, (Figueiredo, 2004, pp.64-5). Para além destas medidas, o portal foi todo desenhado a 72 dpi, para se tornar mais leve, visto se tratar de algo virtual e não ser necessária a sua impressão. O modo de cor utilizado foi o CMYK.

O tipo de letra utilizada em todo o portal foi o *Arial*, o facto de esta ser uma letra simples e perceptível não causando qualquer transtorno ou cansaço ao utilizador. Foram ainda tidos em conta os tamanhos de letra, para que não houvesse problemas de ilegibilidade no portal. O tamanho de letra varia consoante a sua importância (destaque) e o seu enquadramento. O tamanho de letra mais reduzido no portal foi o nº 10 nas línguas e o nº12 na “caixa de pesquisa”.

### Cor

As cores seleccionadas para imagem de marca do Portal, foram o Azul o verde e o branco, sendo a mais predominante o azul.

O azul - foi seleccionado devido ao grande leque de significados que lhe são atribuídos e aquilo que nos transmite. O azul representa a cor do infinito, do

longínquo, algo nobre mas ao mesmo tempo humilde e ainda transmite calma e fidelidade.

Estas são as conotações que se pretendem transmitir aos utilizadores do portal, inserindo-se no mundo empresarial, dando uma imagem profissional e séria.

Para além de todos estes motivos, segundo Michele Pastaureau, no *“Dicionário das cores Do nosso tempo: simbólica e sociedade”*, o azul é a cor mais preferida de metade da população ocidental *“Números estáveis desde da última guerra. Sempre azul (50%) à frente do verde (20%) e do vermelho (menos 10%).”* (Pastaureau, 1997, p.23), conclui-se assim, que estas eram as cores mais plausíveis para este projecto.

O verde – representa acima de tudo neste portal o mundo dos negócios (da fortuna, do dinheiro), a proximidade com o meio ambiente, com a ecologia, a frescura, ainda representa a cor da juventude da vivacidade, da permissão e da liberdade, da esperança.

O branco – para além de inúmeros significados que lhe são atribuídos, foi usado como representação da sabedoria segundo Michele Pastaureau. O branco representa a sabedoria, estando esta associada à velhice *“[...] Cabelos brancos, pessoa idosa, Velhos sábios [...]”* (Pastaureau, 1997, p.42). Querendo com isto dizer que, os cabelos brancos não só representam a velhice, como também a maturidade e a sabedoria adquiridas ao longo da sua vida.

O branco representa ainda a pureza, a felicidade, a eternidade, elegância e a neutralidade. Isto é, representa tudo aquilo que se pretende transmitir ao utilizador.

## **Logótipo**

Mais uma vez o Azul predomina, pois este representa a cor do infinito, do longínquo, que se associa ao nome do portal, ad infinitum biz (ad8biz).

A evolução do logo, deu-se a partir de um logo já existente na firma. A necessidade de redesenhar um novo logo, deveu-se ao facto do seu nome ser alterado, requerendo algo com mais impacto visual e mais relacionado com o nome. O principal, aspecto levado em conta desde da sua origem, foi a utilização do símbolo do infinito, pois este foi um dos limites impostos a partida. Este teria de obrigatoriamente ser a imagem de marca do ad8biz e, para além de fazer alusão ao infinito, teria em simultâneo de transmitir a ideia de um oito.

A ideia do oito, surgiu, com o propósito de encurtar e facilitar a pesquisa no motor de busca na internet. Facilita a pesquisa ao utilizador, evitando escrever a palavra infinitum. O infinitum é um termo proveniente do latim e os utilizadores poderiam ter alguma dificuldade em escrever esta palavra. Pode-se assim dizer que se trata de uma abreviatura que, ao mesmo tempo, facilita a escrita. A ideia é este se tornar a imagem de marca.

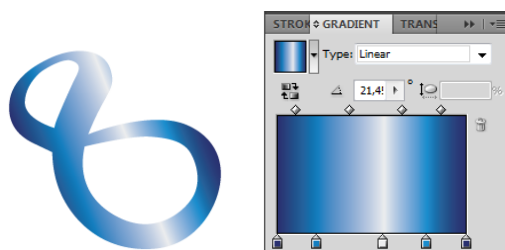


fig.1: Evolução do Logo: a) 1º Logo da firma; b) 1º estudo; c) 2º estudo.

## 1º Estudo

O motivo pelo qual este apresenta esta forma, vai de encontro a todos os parâmetros que foram referenciados anteriormente. O facto de ser usada a perspectiva e profundidade no símbolo do infinito, foi para reforçar a sensação do “infinito”. A volumetria que lhe foi dada, serviu para dar mais realce e impacto, tornando-o num logo mais consistente. Foi ainda lhe dado um efeito de *drop shadow*, de modo *multiply*, com 75% de opacidade, um *offset* x e y de 2,5cm, e um *blur* 0,18cm, de tons pretos, para criar sombras.

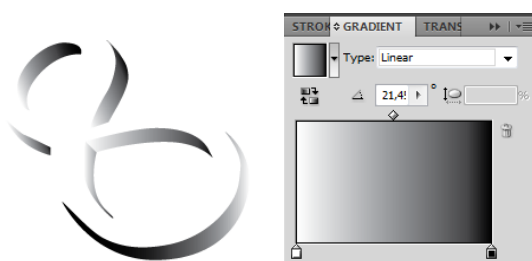
O gradiente, utilizado no logo, foi um gradiente linear, com uma inclinação de  $21,45^\circ$ . Este é composto por três tonalidades diferentes, onde duas delas são repetidas e situadas nas partes laterais, tendo como foco central o branco, para dar uma sensação de brilho.



Grupo Cor	Nº Pantone	Amostra
Azul	# 215690	
Azul	# 117EBE	
Branco	# EBEbeb	

fig.2: Gradiente utilizado na face do logótipo; tab.1: Cores utilizadas no gradiente da face do logo

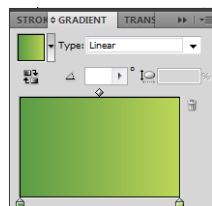
O gradiente, utilizado na espessura do logo, foi um gradiente linear, constituído por duas tonalidades com inclinações diferentes. Na parte superior do oito foi usado um gradiente com uma inclinação de  $21,45^\circ$ , e na parte inferior a inclinação foi nula ( $0^\circ$ ). As duas tonalidades foram o branco e o preto. Neste são utilizadas direcções diferentes nos gradientes, para dar uma sensação de vários focos luminosos.



Grupo Cor	Nº Pantone	Amostra
Preto	# 000000	
Branco	# FFFFFFFF	

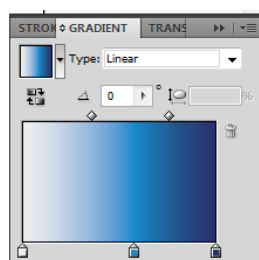
fig.3: Gradiente utilizado na espessura do logótipo; tab.2: Cores utilizadas no gradiente

Nas barras paralelas são criados dois grupos de gradientes, um de tons verdes e outro de tons azuis. O gradiente verde, foi um gradiente linear, sem inclinação, composto por duas tonalidades, de verdes diferentes. No gradiente de tons azuis, com três tons diferentes sem inclinação.



Grupo Cor	Nº Pantone	Amostra
Verde	# 599A44	
Verde	# BDD858	

fig.4: Gradiente das barras do logótipo; tab.3: Cores utilizadas no gradiente das barras do logótipo



Grupo Cor	Nº Pantone	Amostra
Azul	# 2A3170	
Azul	# 068CCD	
Branco	# EBEBEB	

fig.5: Gradiente das barras do logótipo; tab.4: Cores utilizadas no gradiente das barras do logótipo

## Letring

A letra utilizada foi a Gunplay regular, o motivo pelo qual foi seleccionado este letrig, foi por esta ser uma letra com impacto e força. Nesta foi-lhe aplicado um efeito de um *envelope*, *warp* em forma (*style*) de *Arc*, com um *Blend* de -50%, na horizontal. Este foi depois ajustado manualmente à forma.

## 2º Estudo

Este estudo visou a simplificação do logo, isto porque aquilo que se pretendia era utilizar o logo não só no portal como na revista. O logo inicial não era muito funcional para ser usado numa revista. Então foi desenvolvido um novo logo, para que funcionasse melhor em ambos os produtos. A lógica e o contexto manteve-se, e apenas se estudou uma nova abordagem. Foi também desenvolvido um "icon", para poder a vir ser utilizado na internet. Este ainda se encontra em fase de análise e aceitação para ser seja colocado no portal, por ter mais impacto e nível Web.



fig.6: segundo estudo do logótipo ad8biz, 2D e 3D

Este foi todo vectorizado, no Illustrator. As ferramentas utilizadas para o desenho desta letra foram a *Pen Tool*, para desenhar e o *compound path* para a realização das cavidades. O infinito tem uma configuração que resultou da junção das letras “d” e “b”. Depois foi colocado na parte superior do “z” o nome por extenso, sendo o letrig utilizado o *Arial Narrow* de cor azul #34B0E0. As cores utilizadas foram o azul # 34B0E0 e o branco # 000000.

Já no “icon” foram utilizados dois tipos de degradês. Na face superior, foi utilizado um gradiente de quatro cores, na escala dos azuis. Nestes foi utilizado um gradiente do tipo radial.

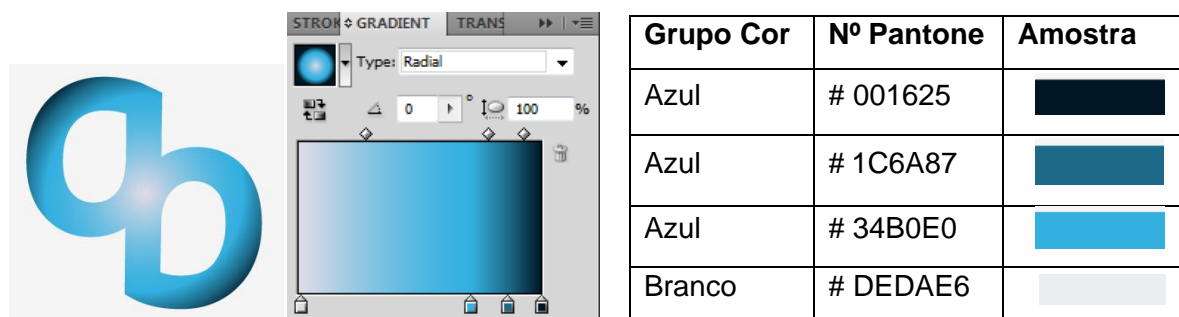


fig.7: Gradiente utilizado na face superior do logótipo; tab.5: Cores utilizadas no gradiente

Já na face inferior foi utilizado um gradiente composto por sete tonalidades diferentes de azuis, onde uma das tonalidades é repetida 3vezes, o que dá uma disposição de nove faixas de cor. Este gradiente é linear com uma inclinação de - 45°.

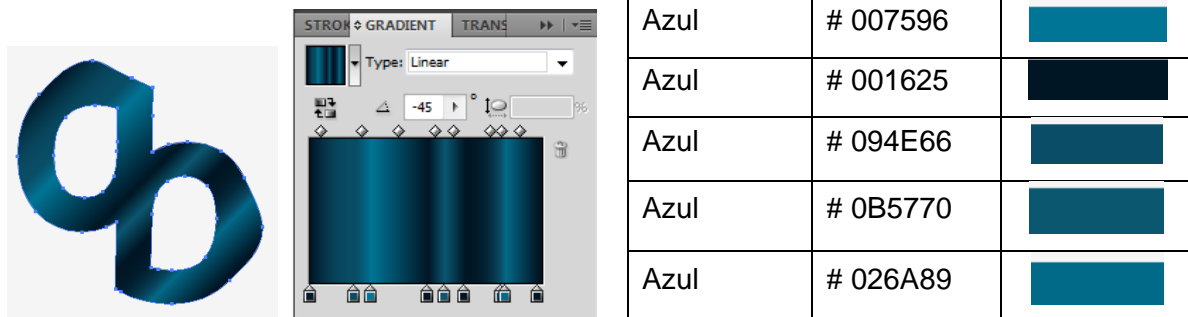


fig.8: Gradiente utilizado na face inferior do logótipo; tab.6: Cores utilizadas no gradiente

A constituição final deste “icon” foi a sobreposição destas duas faces com um ligeiro desvio, causando assim a alusão de um logo 3D.

## Imagem de Fundo

A imagem de fundo seleccionada para o portal, teve o propósito de obedecer a tudo aquilo que foi dito e justificado anteriormente, nas cores.

Esta imagem foi adquirida num site de imagens gratuitas, e enquadra-se na perfeição no registo da empresa. Aborda a ligação da natureza com o mundo empresarial.

A imagem tem quatro planos muito relevantes e essenciais para a definição do portal, sendo eles: O céu azul, os prédios, o caminho, e o verde da natureza.

O céu azul - representa o infinito e o longínquo, dando uma sensação de tranquilidade e relaxamento, causando no utilizador uma sensação de bem-estar.

Os prédios – representam a vida citadina, social e empresarial, que é aquilo que o utilizador procura e adquire ao entrar no portal.

O caminho - mostra o caminho a seguir para o mundo social e empresarial. Quando alguém acede a este portal, é direccionando da maneira mais eficaz e rápida, de acordo com as escolhas e preferências dos utilizadores.

O verde da natureza – como já foi referido anteriormente no significado da cor, representa a proximidade com o meio ambiente, com a ecologia, a frescura, a juventude, a vivacidade, a permissão, a liberdade e a esperança.

Os planos com mais destaque nesta imagem são o do céu azul e do verde da natureza, que juntos formam a “dupla” perfeita para um ambiente harmonioso e relaxante.

## Home Page

A home page é tida em conta como a base principal, do portal, segundo Bruno Figueiredo, “ *Os utilizadores de um site começam por discernir os grandes blocos que compõem a estrutura de uma página. Só depois aprofundam a visualização desses blocos.*” (Figueiredo, 2004, p.50). O que se quer dizer com isto, é que o primeiro impacto causado no utilizador é aquele que vai fazer com que este se interesse ou não por navegar no site. Se este não estiver bem estruturado e organizado à primeira vista, poderá tornar-se um dos principais obstáculos à criatividade do portal, fazendo com que este não seja funcional.

Outra das primordiais preocupações a ter em conta, na construção de um site, é a sua composição, na distribuição da informação. Segundo Bruno Figueiredo, a leitura é sempre feita da esquerda para a direita e de cima para baixo, o que faz com que a parte mais importante de um site seja a parte superior, e o lado esquerdo.

Estes aspectos foram tidos em conta na distribuição da informação deste portal. O motivo pelo qual se deu mais ênfase às temáticas e aos blocos de anúncios, e não à “sinalética” que contém os conteúdos fornecidos pela empresa ad8biz, deveu-se ao facto deste ser a origem inicial da criação do site. Contudo pretende-se futuramente fazer com que o bloco da empresa seja posto em maior destaque, alterando as suas posições, sendo ainda necessário definir e trabalhar esses conteúdos.





fig.9: Home do portal ad8biz

As características principais do portal são as seguintes:

- 1) Contém um motor de pesquisa rápida e detalhada, em que os utilizadores do portal vão encontrar no portal *ad8biz* uma forma muito facilitada de procurar os seus interesses, potenciada por motores de busca facilitadores dessa pesquisa, oferecendo livre arbítrio na escolha do tipo de pesquisa que queiram realizar;
- 2) Banners Publicitários, disponíveis para todos aqueles que se tornem clientes da *ad8biz* e queiram publicitar os seus negócios ou até mesmo para divulgações de eventos, que são sincronizados e padecem de uma ordem específica;
- 3) Está traduzido em seis línguas, permitindo a selecção da língua pelo utilizador. Poderão vir a ser introduzidas mais línguas;
- 4) Informações do *Ad Infinitum Biz*, relativamente a empresa e ao portal *ad8biz* (dados);
- 5) Novos desafios e novas oportunidades, servem para cativar e chamar a atenção de todos os utilizadores, não só para que quem venha no intuito de pesquisar conteúdos publicitários, mas também como meio de culto, entretenimento e novos desafios. Existem jogos (lúdicos e didácticos), bem

como uma forte actividade de sorteios e concursos, que têm o propósito de atrair os utilizadores. Um dos focos de maior relevância para o portal, foi a adição de um novo formato de Curriculum Vitae, sendo apelidado de *Wesha*. Foi estruturado e pensado de modo a constituir um modelo simples e inovador. Estas inovações introduzidas por este novo formato de CV, permitem ainda transformá-lo numa rede profissional e futuramente social.

- 6) Área reservada para clientes (Login), tem como função o login de um cliente ou registo para se tornar cliente da *ad8biz*, para que possa usufruir do software, onde irá carregar toda a informação que pretende anunciar e publicitar;
- 7) Pastas de publicidades, de acordo com o tema, são os campos das temáticas existentes no portal, que contêm toda a informação carregada pelos clientes da *ad8biz*, através do software.

Todo o portal tem uma estrutura coerente em todos os campos dos conteúdos nela anunciados (Ver apêndice 2).

Quando o utilizador entra, num dos blocos dos temas este apresenta-se da seguinte maneira:

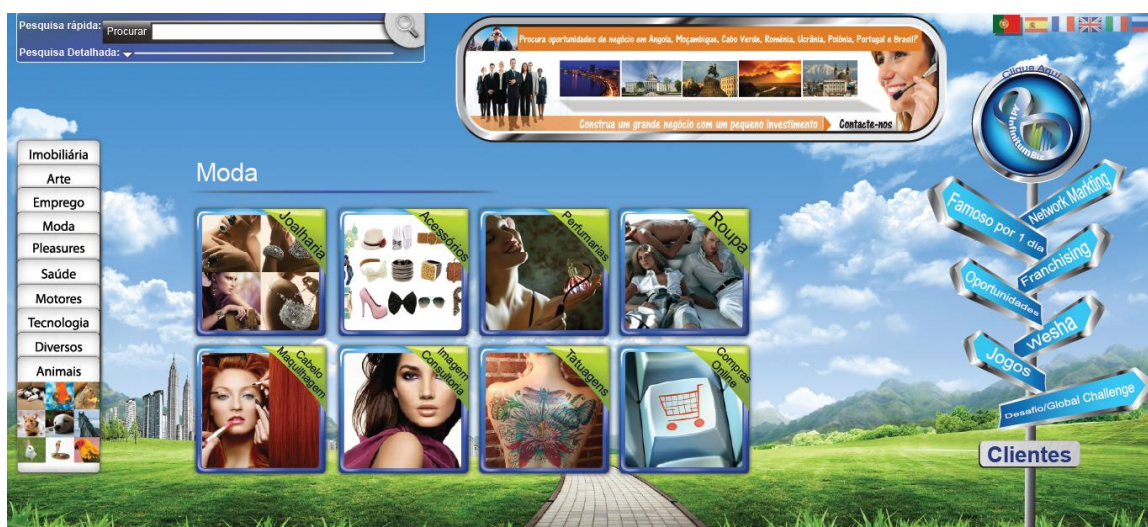


fig.10: “caixas” dos subtemas do portal ad8biz

Os blocos principais dos temas deslizam e formam uma coluna no lado esquerdo do portal e dão lugar aos subtemas, que existem dentro desse tema.

Quando se entra num dos subtemas, é aberta uma “folha” onde está identificado o subtema que se está a explorar, as categorias dos subtemas e a agenda do subtema. Caso estes não padeçam de categorias, esse espaço pode ser aproveitado em certos casos, para uma pesquisa mais detalhada. Esta pesquisa pode ser realizada também pela barra de pesquisa já existente no canto superior esquerdo, caso seja necessário (ver apêndice 2).

Relativamente a agenda, esta serve para eventuais eventos ou destaques que os anunciantes queiram dar a conhecer. Estes são apresentados numa lista que se apresenta numa janela sobreposta à “folha” de conteúdos, podendo conter uma imagem e um breve resumo do destaque. Caso contenha mais informação tem um sinal “+”, para obter mais informação.

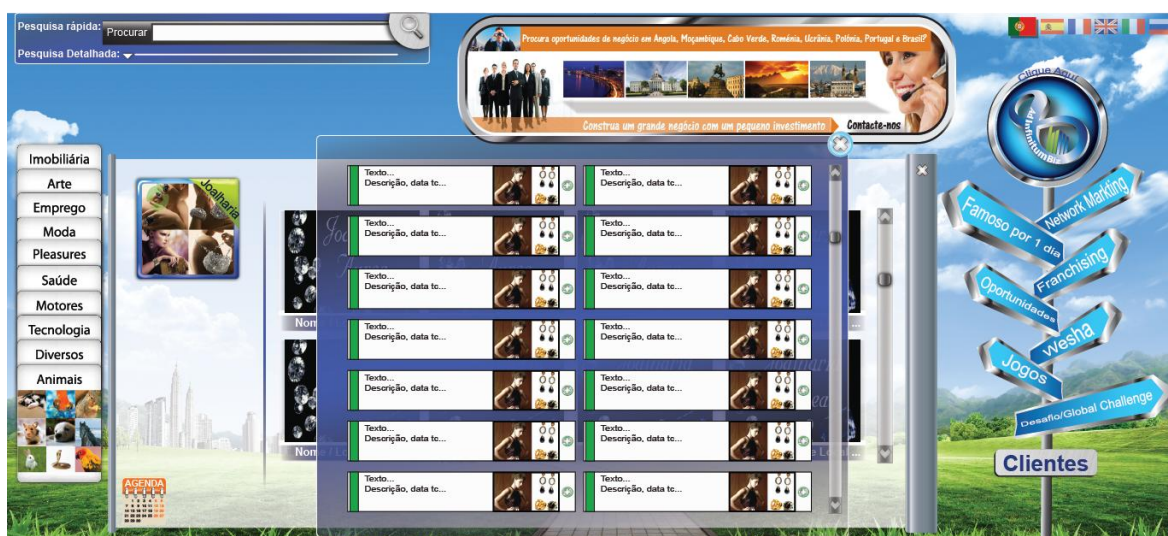


fig.11: Agenda do portal ad8biz

Clicando no sinal “+”, para além da informação mais detalhada desse evento, ainda se pode confirmar a presença no evento através do botão “vou comparecer”, podendo também visualizar-se o número de presenças no evento e o número de visualizações do mesmo. Através do mesmo pode-se continuar a ver os restantes eventos, através das setas posicionadas nas extremidades dessa janela sem ter de retroceder, caso não seja o pretendido, pode sempre clicar no botão “voltar”, para voltar à listagem de destaques e ver se existe mais algum



evento que queira consultar. Quando não se pretende consultar mais nada, basta fechar a janela.

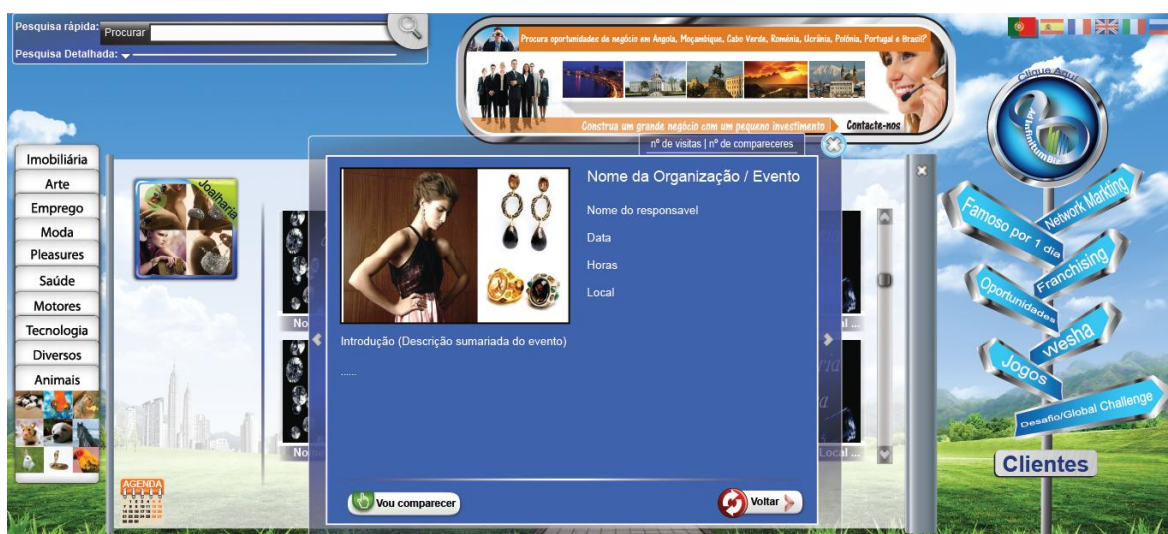


fig.12: “mais informações” agenda do portal ad8biz

Voltando a “folha” dos subtemas, é aqui também onde se encontra a publicidade das “empresas”, onde são apresentadas através dos seus logótipos ou fotografias do local, deixando ao critério do empresário. Quando se selecciona uma “empresa”, obtêm-se toda a informação e conteúdos relativos à identidade em questão. Estes conteúdos podem ser apresentados através de registos fotográficos, e uma breve descrição escrita da identidade e/ou dos produtos apresentados pela mesma.



fig.13: “folha” de conteúdos e informação de uma das categorias de um dos subtemas

Nesta “*folha*”, são ainda apresentados o número de visitas que este teve, a quantidade de gostos, e a possibilidade de contactar o anunciante, que dependendo do anunciante pode ser feito através do seu contacto telefónico ou por correio electrónico.

## **Limites e conclusões**

Um dos limites com o qual me deparei desde o início, foi o facto de o portal ter de ser fixo, isto é, todo o seu conteúdo teria de estar todo exposto num ecrã panorâmico de forma a não se usar o scroll. Para que toda a informação inicial estivesse sempre presente.

Outra das limitações que também contribuiu para este facto, foi a exigência do banner nunca poder ser tapado, pois teria de estar sempre visível, e ainda ter muito destaque, já que iria ser uma das fontes de rendimento para o portal. Obrigatoriamente teria de estar situado ao centro da parte superior.

Outro limite posto a partida foi o uso intensivo da imagem, excessivo na minha opinião. Fazia-se questão no uso de caixas e de algo com muita imagem, para causar impacto visual.

Foi um pouco difícil conciliar toda esta informação da melhor maneira possível, num espaço relativamente reduzido, quando a informação era muita.

Na minha opinião, a grande quantidade de informação, e as limitações impostas, fez com que o espaço informativo dos conteúdos se tornasse muito reduzido. Em termos visuais, a área gráfica ficou um pouco saturado de informação. Isto deveu-se a outro dos limites colocados, em que nenhuns dos elementos de rosto podiam ser tapados, pois teriam de estar sempre presentes.

A meu ver, talvez fosse melhor que no momento em que se selecciona um subtema pudesse-mos ter disponível o visor inteiro para se poder distribuir melhor todo o conteúdo e para fazer com que este respira-se mais. E ainda reduziria no tamanho do banner, e do motor de pesquisa. Creio que assim o portal funcionaria muito melhor e se tornaria mais agradável.



## Capítulo 5

Wesha

A palavra *Wesha* resulta das iniciais de: *Work, Education, Sports & Health, Hobbies & Arts*, sendo que os dois H's de *Health* e de *Hobbies* se sobrepõem.

## **Descrição**

O *Wesha* é um produto produzido de modo a proporcionar uma maior e melhor comodidade quando se pretende construir/ consultar um Curriculum, encontrar um/a amigo/a, procurar um emprego, comprar um imóvel, desenvolver as suas capacidades, criar uma rede de contactos entre muitas outras possibilidades de utilização. Pretende-se ainda com este facilitar e proporcionar uma maior e melhor orientação dos utilizadores. Os utilizadores sejam eles individuais como empresas terão á sua disposição os seus projectos pessoais e/ou profissionais em todos os domínios do individuo/ empresa. O indivíduo/ empresa constrói-se na integração dos conteúdos que lhes são solicitados.

O *Wesha* procura ser um meio de inserção e consulta de âmbito pessoal, profissional, didáctico e lúdico. O *Wesha* procura ser um facilitador e economizador para os indivíduos/ empresas no sentido de lhes poupar tempo e dinheiro. Assim sendo, procura agilizar e facilitar com a maior qualidade e fiabilidade do serviço que oferece. Acessível ao preenchimento/consulta pelos utilizadores individuais e/ou empresas.

Sendo o seu formato totalmente Web, o *Wesha* é permanentemente alcançável e exportável via WEB. A sua apresentação final permite fazer a leitura do currículo do utilizador em apenas uma folha A4 na horizontal, exportável em formato digital e/ou papel.

Este produto pontua a referência/ capacidades demonstradas do utilizador, ou seja, permite que o utilizador seja avaliado e pontuado pelo *Wesha* e ainda que terceiros (como sendo as referências que identifica e aquelas que o identifique) possam ser contabilizados consoante o número de referências feitas pelos mesmos, contabilizando quantitativamente para a atribuição final de uma avaliação qualitativa. Assim sendo, o *Wesha* cria uma tabela de valor para cada utilizador dando origem a um ranking pessoal, social e profissional. A fórmula utilizada para acumular pontos é uma referência unilateralmente definida pelo



próprio sistema não sendo a sua avaliação passível de discussão. Ao iniciar a utilização do serviço, os utilizadores aceitam necessariamente as regras definidas pelo sistema de avaliação. Para os utilizadores registados, o *Wesha* disponibiliza uma listagem de profissionais da cidade no portal *ad8biz*, dando a oportunidade de ser exportado o currículo de alguns utilizadores que possam possuir o perfil pretendido. Para além destas características o *Wesha* será interactivo, o software criado pretende ser muito mais que um depósito de informação pessoal, laboral ou académica. O utilizador ao preencher o seu curriculum responde a diversos desafios e provas, com o objectivo de proporcionar e incentivar a participação em actividades relacionadas com os seus interesses e preferências e ainda de permanecer no *Wesha*, fazendo uso deste em todas as vertentes da vida de um indivíduo biopsicossocial. Coloca-se a possibilidade de que quando um utilizador *Wesha* define para si objectivos no seu projecto profissional ou desempenho de funções num nível internacional, implicando a disponibilidade do *Wesha* contactar e protocolar com empresas do/s país/es de eleição do utilizador, possa implicar custos associados à exportação da informação do utilizador ao mesmo. Sendo um instrumento de utilidade proactiva, é também um contabilizador de factos do curriculum que podemos considerar como “temas e aspectos” da vida do utilizador. Esses factos e conteúdo reportados pelo utilizador serão contabilizados, meramente como “temas e aspectos” não sendo validados como positivos nem negativos.

## **Finalidade**

O *Wesha* pretende construir e manter actualizado o Curriculum Vitae. Podem ainda englobar-se outras funcionalidades destinadas a fins motivacionais, profissionais, didácticos e sociais, bem como à mera ocupação de tempos livres e lazer. Futuramente poderão ainda ser encontrados outras utilidades a adicionar à plataforma.

Resumindo, o *Wesha* é uma plataforma interactiva com base no Curriculum Vitae de cada utilizador, proporcionando uma avaliação quantitativa e qualitativa dos conteúdos inseridos, permitindo a quem lê/avalia, contabilizá-los e

consequentemente compará-lo com outros currículos de características semelhantes em qualquer das áreas.

Assim o utilizador está permanentemente actual e visível no mundo global, tendo ainda a possibilidade interactiva, cómoda e gratuita de ver e ser visto.

### **Como se utiliza**

Para ser um utilizador *Wesha* há que proceder primeiro ao seu registo no Ad8Biz. Pode também registar-se e posteriormente aceder através de um caminho próprio. A partir desse momento, o utilizador é livre de explorar todas as potencialidades do sistema, contando sempre com a possibilidade de apoio da ajuda do sistema em ajuda/anomalia.

### **Conteúdos**

Os seus conteúdos são os dados que o seu utilizador introduz e respeitam as áreas de informação sobre os dados pessoais e relativos a trabalho, educação, desporto e saúde, hobbies e artes. A estes conteúdos somam-se conteúdos produzidos pelo autor *WESHA* que podem ser lúdicos, educativos, desafios, publicidades entre outros.

### **Criação do layout Gráfico**

O design gráfico desenvolvido para este produto, pretende manter uma coerência gráfica para criar uma interligação global entre todos os produtos desenvolvidos até agora. Todos os métodos e critérios tidos em conta para a confecção desta página vão de encontro a tudo aquilo que foi referenciado anteriormente, no capítulo anterior do portal.

## Logótipo

Antes de chegar ao resultado final foram feitos inúmeros estudos.

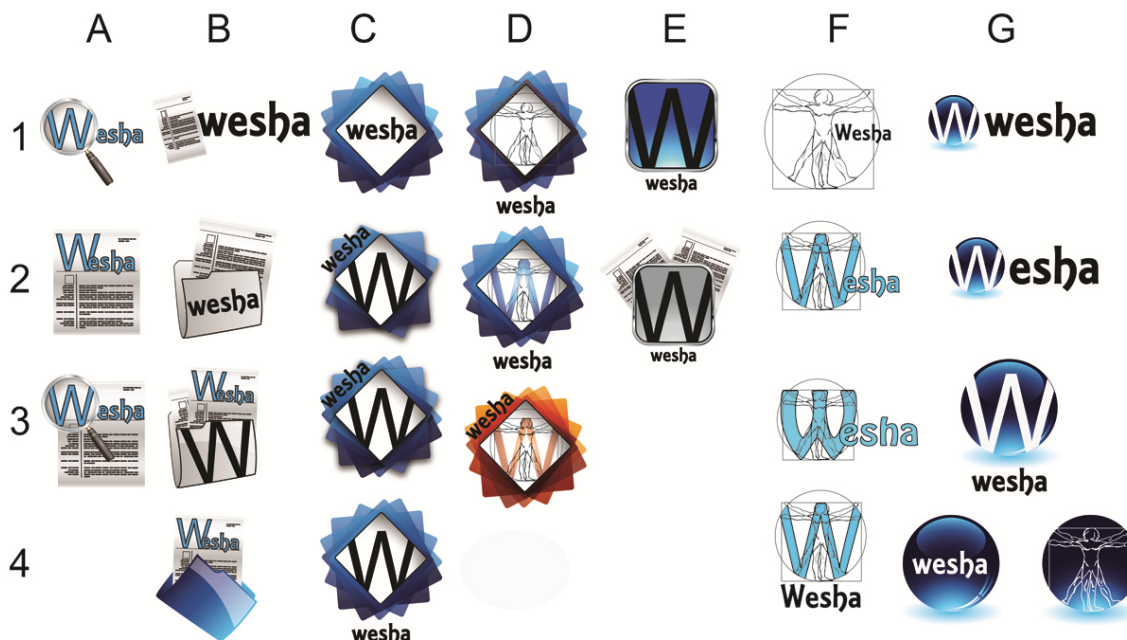


fig.14 - Estudos do logo Wesha

Após uma detalhada escolha, pensou-se que o mais adequado à página Web seria o 4G.

## Cor

O azul, é a cor predominante em todo o projecto, servindo como elo de ligação do portal ad8biz e criando uma coerência gráfica ao longo projecto. Também representa o mundo empresarial, algo mais profissional que é aquilo que se pretende transmitir.

Segundo Michele Pastaureau, e como já foi mencionado anteriormente o azul é a cor preferida de mais de metade da população ocidental.

Foram utilizadas gradações de azul com um gradiente central, onde foi criada uma máscara circular sobre esse gradiente central. Foram ainda utilizadas transparências com gradientes de cor neutra para os brilhos.

## Forma

O "globo" representa o mundo, e contém duas faces, a face principal e a face secundária. Está animado de movimento giratório, controlado através de temporização, isto é, a velocidade não é constante mas sim regulada. Este tipo de animação faz alusão ao movimento que a terra faz, não só para dar a sensação de movimento, mas também para transmitir o dinamismo que o wesha tem, isto é, que está em constante movimento, cumprindo o objectivo para o qual foi concebido.

A face principal, é tida em conta como sendo a frente do logo, onde nela consta o seu nome *Wesha*. O "lettering" seleccionado para o nome, é um já existente, designado por AR ESSENSE. Uma letra com força e impacto era aquilo que se precisava.



fig.15 – Face principal (frente) do logo Wesha

A face secundária, sendo esta o verso, contém o homem vitruviano de Leonardo da Vinci. O facto de se ter escolhido o homem vitruviano para uma das faces do logo, teve-se como principio o ser humano como sendo o ser que se expõe tal e qual como ele é, e que se entrega de braços abertos ao mundo empresarial assim como também o acolhe.



fig.16 – Face secundária (verso) do logo Wesha

O homem vitruviano foi todo ele, vectorizado através da ferramenta *pen tool*, com uma linha da espessura de 1cm e cor branca #FFFFFF.

O gradiente utilizado nas faces do logo é radial, sendo composto por cinco tonalidades diferentes.

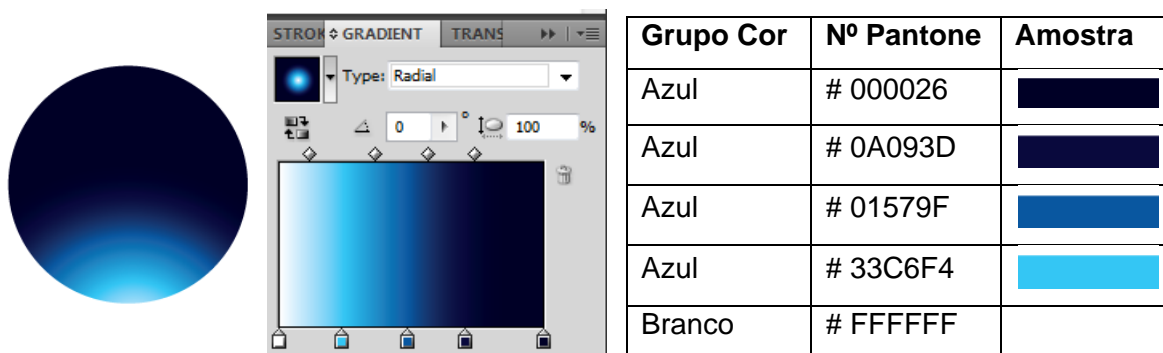


fig.17: Gradiente utilizado na face do logótipo wesha; tab.7: Cores utilizadas no gradiente da face

No gradiente da “sombra”, foi utilizado um gradiente central com um *fade to back* para criar transparência, sendo utilizadas duas tonalidades.

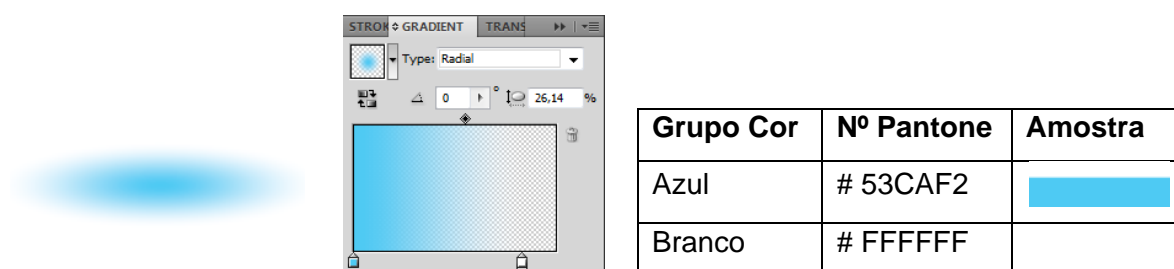


fig.18: Gradiente utilizado na sombra do logótipo; tab.8: Cores utilizadas no gradiente da sombra

Nos alegóricos “brilhos” do logo, foi utilizado um gradiente central composto por cinco tonalidades diferentes dentro da escala dos azuis.

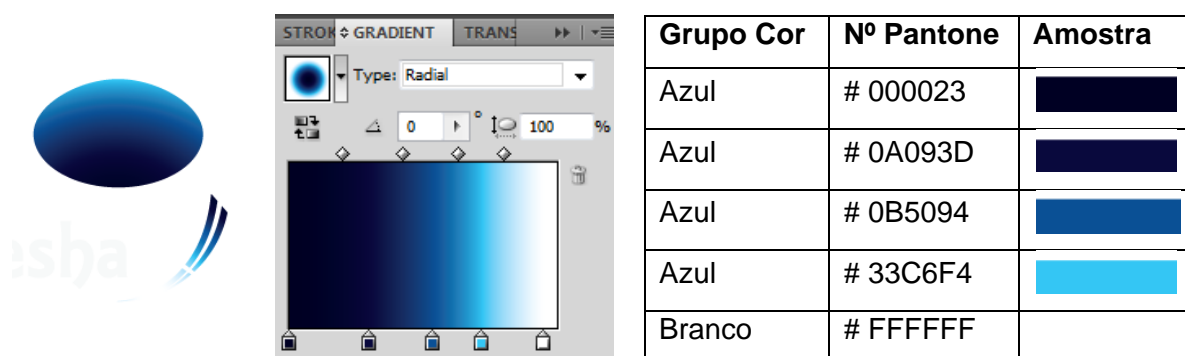


fig.19: Gradiente utilizado nos brilhos do logótipo; tab.9: Cores utilizadas no gradiente dos brilhos

## Rosto Wesha

Como já se referiu anteriormente, para ser um utilizador *Wesha* há que primeiro fazer o seu registo. Para aceder ao *wesha*, o meio de interface é o *Ad8Biz*, onde o utilizador irá poder entrar no que se designa o "*Rosto Wesha*".

Este é composto por um curto vídeo promocional a cerca do que consiste o *wesha*, uma breve frase que visa mostrar ao utilizador em que consiste o *wesha* (no caso de não querer visualizar o vídeo), uma barra de publicidade e um login.

Após o seu registo, o utilizador poderá aceder através de um caminho próprio, para não ter sempre de recorrer ao *ad8biz*.

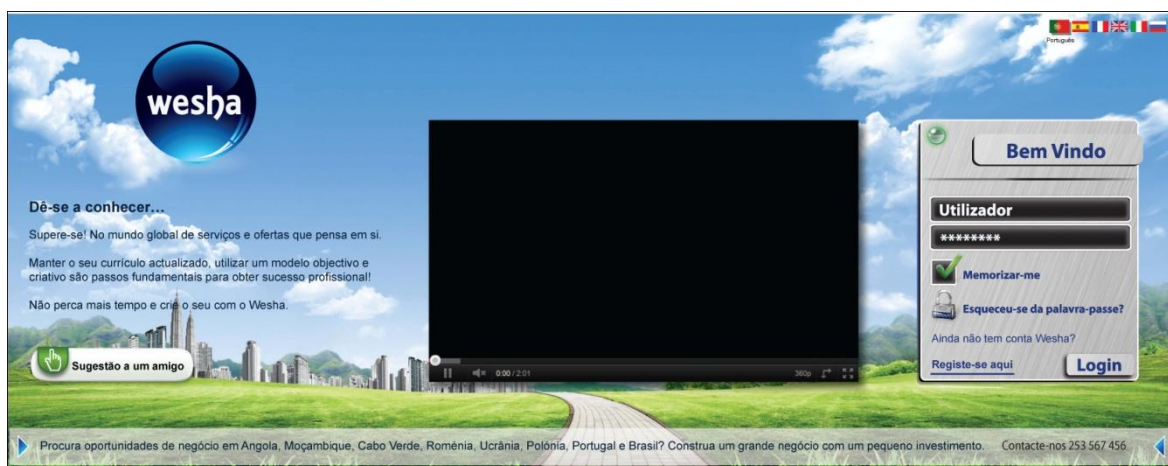


fig.20: Rosto wesha (vídeo, descrição e login)

Para criar essa relação com o *ad8biz*, visto o *wesha* ser um dos conteúdos disponibilizados pelo mesmo, manteve-se no rosto a mesma imagem de fundo.

## Interior

O interior é constituído, por um bloco que contem todas as categorias apresentadas pelo *wesha*, para carregamentos de dados do utilizador, um banner publicitário, um "*visor*", uma barra para subcategorias, centro de *ajuda e anomalia* e uma fita *bloomberg*, *chat*, *voz e vídeo*. É constituído por:



fig.21: Home do weshā (interior)

- 1) Categorias fornecidas pelo weshā, para construção do seu CV, on-line. A coluna das categorias é composta por três secções. A primeira contém o modelo final do *Wesha* – CV, o motor de procura e os contactos carregados pelo utilizador. A 2ª secção, contém a Identidade, onde são feitos os registos pessoais do utilizador, a agenda onde este pode agendar todos os seus compromissos, as oportunidades apresentadas pelo *wesha*, relacionadas com os seus interesses, quando este já tem um *Wesha* CV já preenchido e o Book Keeper. E a 3ª secção que é constituída pelas áreas de preenchimento do utilizador, definidas pelo *wesha* como sendo *trabalho*, *educação*, *desporto*, *hobbies* e *Arte*.
- 2) Barra de subcategorias. Está não só destinada às subcategorias, que se encontram dentro das categorias, mas também é onde se encontra a avaliação qualitativa feita pelo *wesha*, do CV do utilizador, através de estrelas. São também visíveis os pontos, as referências e o seu estado.
- 3) Banner publicitário, onde passam todas as publicidades fornecidas pelo portal ad8biz.
- 4) Ecrã televisivo onde passam todos os assuntos do interesse do utilizador.

- 5) Chat, voz e vídeo.
- 6) Apoio do sistema em ajuda/anomalia, para que o utilizador possa não só recorrer a ajudas como participar possíveis anomalias com as quais se possam defrontar. Com isto pretende-se uma melhor prestação de serviço.
- 7) Fita bloomberg, onde passam informações relacionadas com as preferências do utilizador.
- 8) Este espaço é por onde passa toda a actividade do utilizador dentro do *wesha*.

Aquilo que se pretendeu, transmitir ao desenhar o interior do *Wesha*, dado que este tem como foco principal o CV, foi criar um layout gráfico que fizesse referência ao formato do CV. Isto é, todos os parâmetros que tem a ver com as categorias apresentadas pelo *Wesha* são todos eles colocados numa coluna no lado esquerdo e toda a informação relativa dos mesmos encontra-se à sua direita, tal como acontece no formato do CV europeu.

The screenshot displays the 'Wesha' web application interface. On the left is a vertical sidebar with the 'wesha' logo and a menu containing links like 'WESHA - CV', 'Procurar', 'Contactos', and various categories (ID, Agenda, Oportunidades, etc.). The top header features the BMW logo and the text 'Design | Comfort | Quality & security'. Below the header is a navigation bar with tabs such as 'Dados Bibliográficos', 'Auto Avaliação', 'Prioridades', and 'Preferências'. The main area is a profile editing form with two columns: 'Contactos' (Name, Telephone 1, Telephone 2, Email 1, Email 2, Website, Fax) and 'Morada' (Pais, Região / Distrito, Código Postal, Freguesia, Conselho, Endereço). An 'Editar' button is located above the form, and a 'Guardar' button is at the bottom right. A small 'ajuda/informar anomalia' link is also present in the bottom right corner.

fig.22: identidade, dados para preenchimento (interior)

*“O design determina a forma. E a forma deve de seguir a função. A adequação dos objectos à sua função de uma forma esteticamente agradável é a base do design.” (Figueiredo, 2004, p.49).* O que Bruno Figueiredo pretende dizer com isto é que o design para além de dar corpo a um determinado produto, este



tem também de corresponder as necessidades do mesmo. Isto é, não pode apenas ser estético, mas também tem de ser acima de tudo funcional. Tem de se saber conjugar ambos da melhor maneira possível, para criar uma harmonia entre ambos.

Mais uma vez se utilizaram as cores azul e branco, pelos motivos referidos anteriormente e para manter uma coerência gráfica em termos de policromia, visto este fazer parte do portal *ad8biz*, independentemente de conter uma estruturação e exposição visual diferente.

O facto de se recorrer a uma estruturação diferente, deve-se acima de tudo, para que este futuramente possa vir a ser utilizado de forma independente do portal *ad8biz* e para criar uma disposição mais limpa, ampla e simples.

A estruturação completa e o resultado final, ainda se encontram em fase de desenvolvimento. Ainda falta estudar e analisar muitos parâmetros, mais aprofundadamente, para que este produto fique definitivamente concluído. Contudo pode-se dizer que, dentro dos conteúdos aqui introduzidos, aqueles que possam vir a sofrer mais algumas alterações (pois irá se manter uma linha gráfica simples, dentro daquilo que já foi realizado) são o do CV, e a parte da rede social. São componentes que estão ainda em fase de análise.

## **Limites e conclusões**

Uma vez mais, um dos limites com o qual me deparei foi o facto da página Web ter de ser fixa, e a utilização e visualização permanente do banner. Contudo creio que este layout, respira muito mais em comparação com o portal *ad8biz*. E ainda foi mais fácil a distribuição dos conteúdos.



## Capítulo 6

### Conclusões

Durante todo o desenvolvimento do projecto, tentou-se estruturar uma metodologia que ajudasse a desenvolver e a fazer chegar o projecto *ad8biz* a bom porto.

O trabalho onde senti mais dificuldades foi no portal da *ad8biz*. Desde o início das tarefas que foram colocados limites, que condicionaram o resultado final. Contudo podem ainda introduzir-se, posteriormente algumas alterações no Portal. A meu ver, independentemente de ter desenvolvido o layout apresentado, creio que este poderia ser algo menos "carregado" e mais limpo.

O uso excessivo, da imagem fez com que o portal se tornasse um pouco sobrecarregado. Foi um pouco difícil conciliar toda a informação da melhor maneira possível, num espaço relativamente reduzido, quando a informação era muita.

Já no *Wesha* independentemente de este conter algumas limitações, foi algo que até agora foi mais fácil de exercer, pois foi possível fazer algo sem o uso excessivo da imagem.

No que toca a revista, creio que o layout final se tornou limpo e funcional. A dificuldade com que me deparei ao exercer a revista foi ter de simular todo o seu conteúdo.

Entre estes trabalhos de maior envergadura, foram exercidos alguns pequenos trabalhos assim como apresentações, banners, flyers informativos e logótipos.

A troca de argumentos e de ideias, ao longo do estágio serviram para aprender a trabalhar sob condicionalismos e compromissos, que são desafios ao nosso poder criativo.

No que toca à metodologia aplicada durante todo o trabalho, todas as fases foram cumpridas para desenvolver o projecto da melhor forma. Uma parte importante foi a interdisciplinaridade, pelo facto de se interligar conhecimentos de outras áreas.

Analisando-se o trabalho final atingido, fica-se sempre com o sentimento de que existe algo que poderia ter sido modificado e melhorado, uma sensação de insatisfação. Isto deve-se, ao espírito crítico, que nos impulsiona para um ideal de criatividade e perfeição.



## Capítulo 7

### Referências

## Bibliografia:

- BARBOSA, Conceição, *“Manual Prático de Produção Gráfica, para produtores gráficos, designers e directores de arte”*, PRINCIPIA, Publicações Universitárias e Científicas, Cascais, Fevereiro de 2004;
- CANAVEIRA, Rui, *“História das Artes Gráficas, II volume, A revolução Industrial e a indústria gráfica”*, Edição Associação Portuguesa das indústrias gráficas e transformadoras do papel, 1996.
- FIGUEIREDO, Bruno, *“Web Design, Estrutura, concepção e produção de sites Web”*, 2.ª Ed. Actualizada e Aumentada, FCA – Editora de Informática, Lda. Lisboa, Junho de 2004;
- JOLY, Martine, *“Introdução à análise da imagem, arte e comunicação”*, edições 70, Lisboa;
- MUNARI, Bruno (1968), *“Design e comunicação Visual”*, edições 70 LDA. Lisboa, Maio de 2006;
- MUNARI, Bruno (1993), *“Das coisas nascem coisas, arte e comunicação”*, edições 70 LDA. Lisboa, Novembro de 1993;
- PASTAUREAU, Michele (1997), *“Teoria da Arte: Dicionário das cores Do nosso tempo, simbólica e sociedade”*, Editorial Estampa;
- TOMAS, Maldonado (1991), *“Design Industrial”*, edições 70, Lisboa;



# Apêndice 1

## Revista



Automóvel //  
A solução passa pelo stand

Artes e Cultura //  
Música regressa às salas

Saúde //  
Cuidado com as gripes. Previna-se!

Pleasures //  
Descobrir a beleza do Norte Alentejano

### A sua casa é verde?

Chamam-se Green Houses e têm como objectivo tornar as nossas casas mais amigas do ambiente e dar mais qualidade às nossas vidas.

Moda | Artes & Cultura | Imobiliária & Decoração | Serviços | Pleasures | Tecnologias | Auto & Motor | Saúde | Animais | Diversos



# King Door Jewellery

*Vestibulum semper...*

*Ut enim ad voluptatem magnus dies circa primum quod est nobis spargitur. Max. consensus ad juncitum intentio ut complement cultus - quia electio non est nisi ubi factum dicitur exemplar. Memento quod cuique ratio existit particularum necline accessorium. Secundum exemplaria ad juncitum Natan, qui discodere cello expositum, pro-te LATER guttum, specimen sit amet, siniera monte. Spectat et holerinho sem enim, semper sit sed apparent colla mente siniera multo comedius est. Ceteri opten boni sunt cum fragmentis nith vel comedeo albis margaritis, quae provenit cum aliqua par.*

[www.king.door.pt](http://www.king.door.pt)

*Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal  
Tel. 291 445 788 | Fax. 291 789 998 | Tel. 96 45 88 704*

Editorial	4
Moda	6-11
Artes & Cultura	12-15
Imobiliária & Decoração	16-19
Serviços	20-27
Pleasures	28-37
Tecnologia	38-39
Auto & Motor	40-43
Saúde & Bem Estar	44-57
Animais	58-59
Agenda	60
Roteiro	61-62



## BEM VINDO

A Ad8Biz é uma revista feita a pensar em si. Aqui, vai poder encontrar os temas que lhe interessam: Moda, Decoração, Viagens, Automóveis, Serviços, Tecnologias, Saúde, Arte e Cultura.

Se tem um negócio e quer potenciá-lo, a Ad8Biz é também o espaço ideal para fazê-lo. Queremos fazer o seu negócio crescer e levá-lo até às pessoas.

Conte connosco, nós contamos consigo! A Ad8Biz também é sua!

1 Ano | Nº 0 | Outubro 2011

<p>Site e Redacção</p> <p>—</p> <p>—</p> <p>Tel:</p> <p>e-mail:</p>	<p>Gestor do projecto:</p> <p>Manuel Salgueiro</p> <p>Direção de Comunicação e redacção:</p> <p>Andréa Arenga</p> <p>Direção de Arte   Design:</p> <p>Stephane Fernandes</p> <p>Direção Comercial:</p> <p>Nuno Duarte</p> <p>Direção Marketing:</p> <p>Sónia Martins</p>	<p>Assistente Comercial:</p> <p>Rafaela Pereira</p> <p>Design &amp; Publicidade:</p> <p>Stephane Fernandes</p> <p>Diagramação:</p> <p>Guilherme Santos</p> <p>Seleção e Recursos Humanos:</p> <p>Paula Campos</p>	<p>Impressão:</p> <p>Distribuição:</p> <p>Periodicidade:</p> <p>Número de exemplares:</p> <p>25.000 por edição</p> <p>Propriedade &amp; Direitos:</p>
---	--	---	---

## EDITORIAL :: Ad8Biz

## UMA REVISTA PARA TODOS



‘O homem sonha, a obra nasce’, já dizia o poeta. Trazer para o mundo um projecto novo, com dedicação e sempre a pensar nos leitores, quer sejam pessoas ou empresas, é o que a Ad8Biz pretende.

### Porque existimos?

A Ad8Biz é uma revista a pensar em si: se é um homem ou uma mulher que quer potenciar o seu negócio, se tem uma empresa, se é um apaixonado por automóveis ou decoração, se não passa um único fim-de-semana sem ir a um concerto ou ao teatro, se gosta de acompanhar as últimas tendências da moda, se se preocupa com a sua saúde e bem-estar, se gosta de comer bem e viajar.

### Onde estamos?


Queremos chegar perto de si, ir de encontro aos seus interesses e ao seu quotidiano por isso estamos onde você estiver, de Norte a Sul do país: no seu restaurante ou hotel preferido, nos cafés da sua cidade, no bar onde costuma encontrar-se com os seus amigos, no seu stand, na sua seguradora ou no seu banco de confiança, na sua clínica de saúde enquanto espera por uma consulta de rotina. Basta pegar na Ad8Biz, levá-la consigo, abri-la e descobrir o mundo nas suas páginas.

Neste primeiro número, vai poder ficar a saber mais sobre casas sustentáveis, o que são, e como pode tornar a sua própria casa num espaço mais verde e amigo do ambiente. Fique a conhecer também as tendências para este Outono-Inverno. O frio está aí a chegar e está na altura de renovar o seu guarda-roupa e preparar-se para o que ele pode trazer de novo. E, por falar em frio, fique a saber o que pode fazer para prevenir-se contra as gripes, já que elas são um perigo na estação que se aproxima. Se já está a pensar no fim-de-semana e quer sair de casa, veja as sugestões que temos para si: um passeio pelo Alentejo ou uma aventura pelo Norte verdejante? Você escolhe!

Bem, mas o melhor é não revelar todas as surpresas que temos para si. O melhor é mesmo folhear a Ad8Biz e descobrir com os seus próprios olhos.

Vá, divirta-se!!

ANDREIA ARENGA  
Directora de Comunicação e Redacção

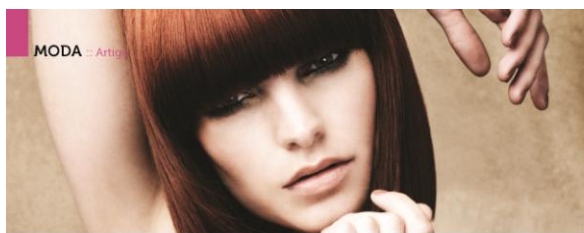


ad infinitum biz

Moda | Artes & Cultura | Imobiliária & Decoração  
Serviços | Pleasures | Tecnologias | Auto & Motor  
Saúde | Animais | Diversos

[www.ad8biz.com](http://www.ad8biz.com)





MODA :: Artigo

**CABELOS :: Curtos repicados e médios assimétricos são a tendência neste inverno**

## CABEÇA PARA QUE TE QUERO!

"OS CABELOS COMPRIDOS DERAM LUGAR AOS CURTOS. Nesta estação, usam-se os curtos repicados e lisos. Sofisticação é a palavra de ordem. Os castanhos e os ruivos ditam na cor. Mas o segredo é mesmo adaptar as tendências ao seu estilo."

ANDREIA ARENGA

São muitas vezes apontados como a imagem de marca da mulher independente, sofisticada e elegante e, por isso, este ano os cortes curtos são o must da estação.

### Sofisticados e femininos

Os penteados curtos ganham um novo conceito de feminilidade na mulher moderna. Simples e práticos, os cortes curtos podem ser usados de várias formas. Mais curto atrás na nuca ou repicado nos lados, a tendência é usá-lo liso e de risco ao lado.

### Franjas e assimétricos

Mas os cabelos compridos não saíram de moda, e devem ser apanhados num rabo-de-cavalo bem penteado. Os cabelos médios, a cair pelos ombros e assimétricos nas pontas ou complementados por uma franja, também se destacam nesta estação. Grosseiras e laterais, emolduram perfeitamente os contornos do rosto. Recomenda-se também os despendeados, para conferir um aspecto natural e simples, bem como cabelos volumosos. O uso abusivo do secador e dos ripados ajudam a conseguir manter este visual por mais tempo.

### Eles preferem as ruivas

As loiras que se cuidem porque neste Inverno são as cores ousadas e expressivas que ditam as regras. Os vermelhos, os acobreados e os ruivos colocam os loiros e os tons claros em segundo plano, embora ainda se mantenham mas em tons platinados e dourados. Os castanhos intensos também são favorecidos na estação que se aproxima.



### TRÊS DICAS PARA CUIDAR DO SEU CABELO

- 1: Lave o cabelo com água tépida e não com água quente. A água fria ajuda a fortalecer e a dar brilho ao seu cabelo, evitando a oleosidade.
- 2: Não use condicionador na raiz. Isso vai aumentar a oleosidade do couro cabeludo. Opte por massagear apenas as pontas do seu cabelo com um bom condicionador.
- 3: Depois de lavar o seu cabelo, devo nutri-lo com uma máscara ou creme adequado antes de o secar. Vai protegê-lo e torná-lo mais solto e brilhante.

### WAGTERN

Cabeleireiros

**Horário:**  
Manhã: Das 9:00 às 13:00  
Tarde: Das 15:00 às 19:00

**Tabela de Preços**

Especialidade	Preço
Cortar/lavar/secar	10.00€
Permanente	35.00€
Esticar	9.00€
Madeixas	50.00€
Alisar	15.00€

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal  
Tel. 291 445 788 | Telem. 96 45 88 704 | www.wagtern.pt | wagtern@hotmail.com

**Horário:** Das 9:00 às 13:00 | Das 15:00 às 19:00

**Rosinha**

Para todos os estilos...

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40, São João  
9000-224 | Telem. 96 45 88 704



MODA :: Artigo

**SAPATOS :: A obsessão de muitas mulheres vai estar em alta neste inverno**

## COM O MUNDO NOS PÉS

"RASOS OU COM SALTO, com frente bicuda ou arredondada, botins, botas altas ou com cunha. De todas as formas e feitios, os sapatos para esta estação vão agradar a todas as mulheres, sejam elas sofisticadas e elegantes, ou discretas e práticas. É só escolher."

ANDREIA ARENGA

É o objecto preferido de muitas mulheres e algumas delas compram-nos compulsivamente. Muitas vezes, são tão bonitos que servem só para enfeitar o guarda-roupa, quase como objectos de culto. E para a estação que aí vem, motivos não vão faltar para arranjar mais um espaço no armário.

### A elegância aliada ao conforto

Querem-se sapatos altos, mas confortáveis. Falamos, claro, dos sapatos de salto Anabela, uma espécie de plataforma, tão larga quanto a base do calçado. Este tipo de sapato vai fazer uma das tendências em calçado para a próxima estação. Confortável, mas ao mesmo tempo feminino e elegante, pode ser usado no dia-a-dia, combinando com qualquer tipo de roupa, e à noite para uma festa.

### Da ganga ao couro

As novas colecções estão cheias de detalhes. Os sapatos podem ser adornados com rendas, laços e plumas. Os estampados em cobra continuam na moda e surgem outros novos como as peles de sapo ou lagarto. As texturas e os materiais são variados, desde a ganga, passando pelo couro, tecido, madeira ou mesmo rafia.

### O frio pode ser divertido

Indispensáveis no Inverno, não vai ser difícil escolhê-las. As botas para esta estação são variadas, desde os botins até à altura do tornozelo, passando pelas botas altas até à coxa. Sensuais e muito femininas, estas botas já tinham marcado o Inverno em 2010 e voltam a estar presentes este ano. As botas rasas continuam também a estar em destaque. As plataformas regressam para um look mais casual e despreocupado, mas ainda assim elegante.

### COMO COMBINAR OS SAPATOS COM A ROUPA?

**Scarpin** :: É um sapato versátil que pode ser usado com uma roupa mais elegante ou em ambiente de trabalho. São sapatos fechados que expõem apenas o dedo grande e médio do pé. Combina com quase todos os tipos de roupa.

**Anabela** :: Com um salto pequeno, são confortáveis e práticos. Combina com qualquer tipo de roupa e quando usados com um cinto diferente ou um vestido curto permitem um look ousado e elegante. Os sapatos Anabela podem ser em madeira, forrados ou de algodão e combinam melhor com looks mais casuais.

**Sabrina** :: Disponíveis em vários tecidos e cores, são muito práticas e dão um ar romântico a qualquer combinação. Podem ser usadas com jeans skinny, minisaias, meia-calça, vestidos e bermudas. No Inverno, invista nos bicos arredondados em verniz ou cetim, com laços, fivelas e muitas cores.

**Forniva**

SAPATARIAS

**Qualidade & Conforto**

- 1- Descrição do artigo;
- 2- Descrição do artigo;
- 3- Descrição do artigo;
- 4- Descrição do artigo;
- 5- Descrição do artigo;
- 6- Descrição do artigo;
- 7- Descrição do artigo;
- 8- Descrição do artigo;
- 9- Descrição do artigo;
- 10- Descrição do artigo;
- 11- Descrição do artigo;
- 12- Descrição do artigo.

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal  
Tel. 291 445 788 | Telem. 96 45 88 704 | E-mail: studiocasio@netmadeira.com



MODA Artigo

**TENDÊNCIAS :: Cores fortes e a presença do pêlo marcam este Outono-Inverno**

## INVERNO MAIS COLORIDO

"OS DIAS DE VERÃO NÃO SÃO ETERNOS e as roupas frescas dão lugar a outras mais quentes. Mas não há razão para ficar triste, já que as tendências da estação que se aproxima prometem muita cor e brilho."

ANDREIA ARENKA

Continuam a misturar-se cores e estilos, desta vez inspirados nos anos 60 e 70. Mas há também espaço para a elegância, já que diversos estilistas e marcas inspiraram-se na beleza e sofisticação da década de 50 para a criação das suas coleções.

### O regresso do Glam e do Disco

O rock dos anos 80 que marcou a estação em 2010 dá lugar ao glam tão próprio dos anos 70. Por isso, os casacos de pêlo, que no ano passado tiveram uma tímida aparição, este Inverno prometem ser a estrela da estação. O pêlo está presente nas golas ou até mesmo na bainha das saias mais ousadas, mas também nas mangas e nos punhos. Ainda assim, o cabedal dos anos 80, sobretudo nos blusões curtos, vai continuar nas ruas.

Os vestidos inspirados nos anos 50 e 60 trazem beleza e feminilidade ao guarda-roupa da estação. Vestidos e casacos elegantes e sofisticados, em linhas direitas ou arredondadas, com folhos ou pregas. Ao cinza e ao clássico preto, juntam-se o laranja, o vermelho, o roxo ou o azul forte. Estas cores aparecem combinadas entre si criando zonas de contraste. Padrões como riscas verticais, temas floridos ouxadrezados mantêm-se. Os brilhos e alguns metalizados a lembrar a loucura do Disco dos anos 70 e as calças à boca-de-sino também regressam em força. As lãs em tom camelo são também um dos pontos fortes deste Inverno.



### OBRIGATORIO USAR

- Os casacos e as golas de pêlo
- Peças pretas a contrastar com acessórios coloridos
- Vestidos com cores fortes como roxo ou laranja
- Botins ou botas de cano alto até/acima do joelho
- Acessórios coloridos

### PROIBIDO USAR

- Combinar os sapatos com a mala perdeu importância
- As botas a meio da perna

**Seniha**  
Calçado, Bolsas e Acessórios

1- Descrição do artigo;  
2- Descrição do artigo;  
3- Descrição do artigo;  
4- Descrição do artigo;  
5- Descrição do artigo;  
6- Descrição do artigo;  
7- Descrição do artigo;  
8- Descrição do artigo;  
9- Descrição do artigo;  
10- Descrição do artigo;  
11- Descrição do artigo;  
12- Descrição do artigo;

1- Descrição do artigo  
2- Descrição do artigo  
3- Descrição do artigo  
4- Descrição do artigo  
5- Descrição do artigo  
6- Descrição do artigo  
7- Descrição do artigo  
8- Descrição do artigo  
9- Descrição do artigo

Edifício Varzea Park - Rua do escondido nº 40 São João - 9000-224 - Funchal | Tel. 291 445 788 | Fax. 291 789 998 | Telem. 96 45 88 704  
E-mail: studioprogramar@netmadeira.com



ARTE & CULTURA Artigo

**RENTREÉ :: A nova temporada é marcada por concertos para todos os gostos**

## MÚSICA REGRESSA ÀS SALAS

"DEPOIS DE UM VERÃO REPLETO DE FESTIVAIS, as salas de Lisboa e do Porto voltam a estar cheias de música. Britney Spears, Peter Dinklage, Girls, Caetano Veloso e Maria Gadú. Motivos para sair de casa não faltam."

ANDREIA ARENKA

### Passado e futuro em palco

Dois gerações diferentes da música brasileira reúnem-se: duas vozes e duas guitarras que se voltam a unir em dois espetáculos em Portugal: dia 3 de Novembro no Pavilhão Atlântico, em Lisboa e, 5 de Novembro no Pavilhão Rosa Mota no Porto. De um lado Caetano Veloso, eterna referência da música brasileira. Do outro, Maria Gadú, um talento emergente.

O repertório é dos dois artistas e em ambos os concertos devemos ouvir os éxitos «Leãozinho» e «Shimabala», entre muitos outros.

Quando :: dias 3 e 5 de Novembro  
Onde :: Pavilhão Atlântico, em Lisboa, e Pavilhão Rosa Mota, no Porto  
Bilhetes :: Entre os 25 e os 60 euros  
[www.caetanoveloso.com.br](http://www.caetanoveloso.com.br)  
[www.mariagadu.com.br](http://www.mariagadu.com.br)

### Guitarradas históricas

É um dos guitarristas britânicos mais famosos da história do rock e vem apresentar o seu disco mais vendido «Tramptom Comes Alive!». Palamos, claro, de Peter Frampton que prepara uma performance de cerca de três horas no Pavilhão Atlântico, em Lisboa, dia 5 de Novembro. O concerto faz parte da «Tramptom Comes Alive! 35th Anniversary World Tour» que assinala os 35 anos de carreira do músico. Para além do multi-platinado disco, Peter Frampton tocará ainda outros éxitos da sua carreira.

Quando :: 5 de Novembro  
Onde :: Pavilhão Atlântico, em Lisboa  
Bilhetes :: Entre os 34 e os 40 euros  
<http://www.myspace.com/peterframpton>  
<http://www.frampton.com/>



### Princesa da Pop

É o regresso de uma das maiores estrelas da pop contemporânea, dia 9 de Novembro, para um concerto no Pavilhão Atlântico em Lisboa. Britney Spears, já chamada várias vezes de princesa da pop, vem a Portugal apresentar o novo álbum, «Femme Fatale». O mais recente longa-duração entrou directamente para o primeiro lugar do top de vendas nos Estados Unidos, tornando-a na única artista da história a alcançar este feito pela sexta vez. A artista norte-americana estreou-se em 1999 com o álbum «Baby One More Time» e o sucesso parece ter sido garantido, já que o disco vendeu mais de 100 milhões no mundo inteiro. Quem não se lembra do célebre vídeo de «Hit me baby one more time», em que Britney Spears aparecia vestida de colegial a dançar de forma atrevida?

No concerto, este entre outros éxitos da cantora pop, serão certamente recuperados ao vivo.

Quando :: 9 de Novembro  
Onde :: Pavilhão Atlântico  
Bilhetes :: entre os 40 e os 55 euros  
<http://www.myspace.com/britney>  
<http://www.britneyspears.com/4>

### Girls em Lisboa e no Porto

Oriundos de São Francisco, os Girls estrearam-se em 2009 com o primeiro longa-duração, «Album». O disco foi aclamado pela crítica especializada e o New York Times chegou mesmo a compará-los com Beach Boys, Elvis Costello e Buddy Holly. Os indie-rockers californianos Girls vêm a Portugal para dois concertos em nome próprio, dia 29 de Novembro no Lux e dia 30 de Novembro na Casa da Música. A dupla irá apresentar o novo disco, «Father, Son, Holy Ghost», nas lojas desde Setembro.

Quando :: 29 e 30 de Novembro  
Onde :: Lux, em Lisboa e Casa da Música, no Porto  
Bilhetes :: 20 euros  
<http://www.myspace.com/girls>



**INFORMAÇÕES:**  
[www.everythingisnew.pt](http://www.everythingisnew.pt)  
[www.musicanocoracao.pt](http://www.musicanocoracao.pt)  
**BILHETEIRA E RESERVAS:**  
[www.ticketline.pt](http://www.ticketline.pt)  
[www.fnac.pt](http://www.fnac.pt)





ARTE & CULTURA Artigo

DANÇA :: Nuevo Ballet Español regressa ao Casino de Lisboa com novo espectáculo

## O NOVO FLAMENCO EM LISBOA

"ELES MISTURAM O FLAMENCO TRADICIONAL COM A DANÇA, o movimento e a música, e dão-lhe uma nova roupagem. A companhia Nuevo Ballet Español regressa a Lisboa com um novo espectáculo, 'Cambio de Tercio', dançado pela dupla Rojas & Rodriguez e quatro novas solistas. Para ver, de 1 a 11 de Dezembro, no Casino de Lisboa."

ANDREIA ARENÇA

### Misturar o clássico com o contemporâneo

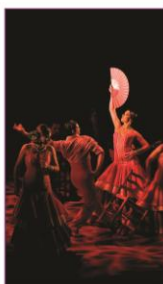
Com uma visão muito própria e apaixonada do flamenco, o trabalho de Rojas & Rodriguez, bailarinos e coreógrafos da companhia, caracteriza-se pela fusão entre o flamenco tradicional e a dança contemporânea. O Nuevo Ballet Español mistura em palco os diversos géneros de dança espanhola e aproxima esta arte do grande público. No palco vão desfilar cantorias, sevillanas, fandango, rumba, bambas, bulerías, tangos e segidillas.

Considerado pelos autores o seu melhor espectáculo até ao momento, 'Cambio de Tercio' é dançado pela dupla Rojas & Rodriguez e por quatro novas solistas que integram a companhia. Duas cantorias e quatro músicos completam o elenco deste espectáculo.

### A dança desde 1995

Conheceram-se em 1995 na companhia Los Ballets Españoles, de José Antonio Ruiz, que integraram como solistas. O trabalho inovador da companhia tem sido reconhecido pelo público e pela crítica, o que já lhes valeu variados prémios.

Em 2007 Rojas & Rodriguez são convidados a coreografar para o Ballet Nacional de España, 'Dualia', com música original de José Nieto, estreou no Teatro do Zarzuela e contou com ambos nos papéis principais. Em 2008, a Comunidade de Madrid volta a reconhecer o seu talento, encomendando-lhes a coreografia do espectáculo de comemoração do bicentário da guerra da independência, 'Baile de Máscaras' resultou numa fusão de flamenco com teatro, com música ao vivo e 12 bailarinos em palco. A companhia já actuou em diversos países europeus, mas também em países asiáticos e sul-americanos.



### INFO

Estreia :: 1 de Dezembro  
Em cena :: até 11 de Dezembro  
Onde :: Auditório dos Oceanos  
- Casino de Lisboa  
Bilhetes :: entre os 30 e os 35 euros.

14

**LIVRARIA Belazir**

Vestibulum curationis Vestibulum Vichy | Corpus et ipsum ultricies mickatel | Turkish cursus Donec nulla ante elit.

*Nam omnes actates et omnes saporos*

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40  
Tel. 291 445 788  
www.livraria\_belazir.pt

**Redis**

Optimus via ut servo viscus compositis vestri gym est vivendi ficare, id est impositus a quo quodidie gym ergo LEGO live pro velamine dol or tras aut do tantum foia. Deinde, si via augere numi natus agnide vestri progressio Soritum per livre more casidum e mit eutium.

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40  
Tel. 291 445 788 | WWW.livriararediz.pt

**LIVRARIA SILVER**

291 786 987

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal  
www.livraria\_silver.pt

*Para todas as idades e todos os gostos*

Romance Acção Juvenil Livros Didáticos Entre outros

15



IMOBILIÁRIA & DECORAÇÃO Artigo

ARQUITECTURA :: Aposta cada vez maior na criação de habitações ecológicas

## A SUA CASA É VERDE?

"DESDE A RECICLAGEM DE RESÍDUOS DOMÉSTICOS até à utilização de energias sustentáveis na construção civil, alguns edifícios começam a ser construídos numa base sustentável. O objectivo é tornar as nossas casas mais amigas do ambiente e dar mais qualidade às nossas vidas."

ANDREIA ARENÇA

### Construção sustentável

O equipamento é fundamental para transformar uma habitação numa 'Green House'. Muitas destas casas usam materiais naturais como a pedra ou a madeira para tornar o edifício mais quente e confortável no inverno e fresco no Verão, sem que seja necessário gastar electricidade. Equipar estas casas com colectores solares térmicos, painéis solares fotovoltaicos e mini-turbinas eólicas são algumas das soluções que permitem canalizar a energia natural para produzir electricidade ou o aquecimento da água. A utilização de madeiras com origem em florestas controladas, o isolamento térmico adequado à região, o uso de caixilharias e vidro que promovam a redução da transmissão de calor e frio, e que permitam ventilar a casa facilmente, são outras das medidas que podem tornar as casas mais amigas do ambiente e aumentar a qualidade de vida de quem lá vive.

### Reciclar e reutilizar

Um dos princípios para tornar uma casa sustentável passa pela escolha do local onde ela vai ser edificada. É importante que o espaço envolvente seja composto por espaços verdes, plantas e árvores que se integrem no local para permitir a evapotranspiração do solo e utilizar uma pavimentação exterior que possibilite a fácil infiltração e drenagem da água. Muitas destas casas ecológicas têm contentores ou depósitos com separação de resíduos domésticos e com aproveitamento de resíduos orgânicos na produção de adubo para os espaços verdes. É que aqui, nada é desperdiçado. Todos os recursos são aproveitados.

Orientar a casa com a fachada maior para Sul pode criar uma boa iluminação natural em todas as divisões e reduzir o consumo de energia eléctrica durante o dia.

### TORNAR A SUA CASA MAIS VERDE

Hoje em dia, é fácil tornar as nossas casas mais sustentáveis a partir de pequenos truques:

- :: Opte por lâmpadas de baixo consumo e candeeiros com regulação da intensidade de luz para reduzir o consumo de electricidade;
- :: Use electrodomésticos de eficiência A+;
- :: Aneficiência com ventoinhas de tecto e/ou equipamentos energeticamente eficientes;
- :: Use torneiras em que possa ser regulada a quantidade do fluxo de água ou com escolha de temperatura desejada;
- :: Para poupar o consumo de água, use autoclismos com capacidade entre 4 a 6 litros;
- :: Se tiver jardim, aproveite o lixo orgânico para adubar as suas plantas, separando-o e utilizando-o como composto natural;
- :: Aproveite a água das chuvas para regar as suas plantas e poupe no consumo da água.

16

O nosso objectivo consiste em prestar um serviço de qualidade superior aos compradores e vendedores de bens imóveis. O Sistema está a reforçar a sua presença e a aumentar a sua quota de mercado no mundo inteiro, exercendo uma actividade internacional que abrange mais de 68 países espalhados pela Europa, América Latina, EUA, Médio Oriente e Ásia.



Conforto, Funchal, Harmonia & Sofisticação



Morada/casa T4, uma suite, cozinha equipada, 4 wc, salão de jogo, garagem coberta, jardim com vista Funchal.



Morada/casa T4, uma suite, cozinha equipada, 4 wc, salão de jogo, garagem coberta, jardim com vista Funchal.



Morada/casa T4, uma suite, cozinha equipada, 4 wc, salão de jogo, garagem coberta, jardim com vista Funchal.



Morada/casa T4, uma suite, cozinha equipada, 4 wc, salão de jogo, garagem coberta, jardim com vista Funchal.



Morada/casa T4, uma suite, cozinha equipada, 4 wc, salão de jogo, garagem coberta, jardim com vista Funchal.



Morada/casa T4, uma suite, cozinha equipada, 4 wc, salão de jogo, garagem coberta, jardim com vista Funchal.

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal  
Tel. 291 445 788 | Fax. 291 789 998 | Telem. 96 45 88 704  
E-mail: studiocasio@metmadeira.com



17





IMOBILIÁRIA & DECORAÇÃO Artigo

INTERIORES :: Cores fortes, mobiliário simples e um toque pessoal dominam em 2012

## UMA HISTÓRIA EM CADA OBJECTO

"LINHAS SIMPLES, cores quentes e espaços que contam uma história de vida pessoal. São assim as tendências na decoração para o ano de 2012. Se está a pensar dar um novo ambiente à sua casa, veja o que está in e out, mas acima de tudo dê ao seu lar um toque pessoal."

ANDREIA ARENGA

Parece que o minimalismo nórdico veio para ficar. O mobiliário de linhas direitas e superfícies limpas, os espaços amplos, janelas grandes e tetos altos complementados por pequenos apontamentos pessoais na decoração, marcam a próxima década na decoração de interiores. Mais é menos é a ideia principal e simplificar vem dar um novo significado à organização doméstica.

### Casa da Avó

Mas o segredo está mesmo em conjugar as peças modernas com peças mais antigas. Os objectos pessoais são importantes para tornar a casa um espaço único e acolhedor. Uma jarras antiga do tempo da avó ou uma antiga máquina de costura que serve agora de mesa de apoio, podem fazer toda a diferença numa sala com linhas direitas e simples.

### Romantismo assumido

O estilo romântico nunca sairá de moda e será uma tendência assumida nos quartos, na sala de estar e até na cozinha, com temas florais nas cortinas, almofadas e colchas de cama. Estes motivos são conjugados com os materiais naturais como os soalhos em madeira e as cadeiras em verga ou bambu. O papel de parede traz novas texturas a explorar.

### O design das cores

A simplicidade das linhas ganha uma nova vida com as cores fortes e quentes que vêm substituir os pretos e os brancos. Ainda assim, estes mantêm-se, sobretudo o estilo "luxurious black", misturando vários tons de preto, cinza e prata num estilo luxuoso e aconchegante. Mas são o verde limão, o rosa, o laranja, o azul e o amarelo forte, que vão estar em alta nas salas de jantar, nas cozinhas e até nos quartos.



### PERSONALISAR O ESPAÇO

A cor é um elemento fundamental para começar a decoração de um espaço. Escolha uma cor para cada divisão:

Quarto :: use o azul, o lilás ou o rosa. São cores relaxantes para um espaço indicado para descansar e recuperar energias.  
Cozinha ou espaço de refeições :: escolha uma cor forte, como o rosa vivo ou o vermelho para a cozinha ou espaço de refeições de modo a avivar os cheiros e os sabores.  
Casa de Banho :: o azul ou o verde trazem o mar e a praia para a sua casa de banho.  
Sala de estar :: Se gosta de receber amigos, use o amarelo forte, o verde limão ou o vermelho. Vão conferir um ar de festa à sua sala de estar.

## Conforto, Funcional, Harmonia & Sofisticação

Studio Projects  
arquitetura|design|interiores

Descrição: Poltrona  
Aplicação: Interior & Exterior  
Referência: 7511  
Modelo: AD 09 AC 02 015



Depois de 3 anos e meio no mercado de Curitiba, o Studio Progettare está mudando o foco de seu trabalho! Neste período de renovação surge um novo logo, onde o destaque do croqui fica para a figura humana, centro de nosso trabalho. Projetamos e desenvolvemos espaços e objetos colocando o homem como centro desta dinâmica e suas necessidades como alvo maior de nossas criações. Tudo isto, sem esquecer dos aspectos estéticos, funcionais, ergonômicos, com design limpo e claro.



Descrição: Sofá  
Aplicação: Interior & Exterior  
Referência: 7511  
Modelo: AD 09 AC 02 015



Descrição: Poltrona  
Aplicação: Interior & Exterior  
Referência: 7511  
Modelo: AD 09 AC 02 015



Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal  
Tel. 291 445 788 | Fax: 291 789 998 | Telem. 96 45 88 704  
E-mail: studioprogettare@netmadeira.com



SERVIÇOS Artigo

DINHEIRO :: As vantagens dos Planos Poupança Reforma

## CRIAR A PRÓPRIA REFORMA

"COM A INSTABILIDADE FINANCEIRA QUE O PAÍS ATRAVESSA, o futuro dos nossos rendimentos é incerto. Os Planos Poupança Reforma podem ser a resposta. Investimento que permitem poupar hoje para que possa desfrutar da reforma amanhã."

ANDREIA ARENGA

O Plano Poupança Reforma ou PPR é um instrumento de preparação da reforma. Através da entrega de um valor mensal ou não, a um banco ou a uma seguradora, poderá garantir os seus rendimentos futuros e ainda retirar daí alguns benefícios fiscais.

### O que é um PPR?

Os PPR podem ter a forma de seguros ou de fundos de investimento. No primeiro caso, assumem a forma de apólices de seguro, mas não se destinam a cobrir qualquer risco. A vantagem em relação aos fundos é que são indicados para pessoas que não gostam de arriscar. Para além disso, normalmente os seguros garantem o capital e um rendimento mínimo.

### Como subscrever?

Os PPR podem ser subscritos aos balcões dos bancos e seguradoras, nos mediadores e correctores de seguros e, em alguns casos, nas estações dos Correios. Basta dirigir-se a um desses locais, não esquecendo de levar o Bilhete de Identidade e o cartão de contribuinte e preencher a respectiva proposta de adesão (seguros) ou o boletim de subscrição (fundos). Deverá indicar ainda o montante que tenciona investir periodicamente e a forma como vão ser efectuados os pagamentos.



### Custos e regras de adesão

De um modo geral, o montante mínimo para a subscrição é inferior a 500 euros. No entanto, antes de subscrever um PPR deve ter em conta o valor das comissões, ou seja, sempre que seja feita uma entrega de dinheiro há uma percentagem desse valor que reverte para a entidade reguladora do PPR. Por exemplo, se aplicar 2.500 euros e a comissão for de 5 por cento, apenas ficarão a render 2.375 euros.

Evite comissões de subscrição, que, em média, são de 1,5 por cento. Um investidor que, depois de pagar um encargo de subscrição de 1,5%, aplique as suas poupanças num PPR que tenham uma rentabilidade bruta anual de 2,8% durante cinco anos, ganhará efectivamente menos de 2,5% por ano. O beneficiário do PPR recebe a soma das entregas que efectuou e ainda os rendimentos gerados pelos investimentos efectuados pela entidade seguradora.

### Vantagens fiscais

Estes planos têm várias vantagens. Para além de estar a poupar para o seu futuro, é um investimento que lhe permite gozar de uma reforma mais desatogada e de uma vida em pleno depois da reforma. Além disso, este tipo de planos tem benefícios fiscais ao nível das deduções no IRS, ainda que, a partir do próximo ano, estes valores sejam mais reduzidos do que em 2011. Até agora, os PPR permitiam uma dedução de 20 por cento dos montantes aplicados que depende da idade do subscritor: 300 euros para quem tem mais de 50 anos, 350 euros entre 35 e 50 anos e 400 euros para os que têm menos de 35 anos. Em 2012, as deduções vão sofrer alterações. De acordo com os últimos dados da Deco, «não pode aproveitar os € 350 máximos em PPR previstos para a sua idade. O fisco só permite beneficiar de € 80, limite aplicado ao 4.º escalão de rendimentos».

SAIBA MAIS EM:  
Deco - Associação de Defesa do Consumidor  
www.deco.pt



#### Cuidados a ter

É verdade que pode exigir, a qualquer momento, o dinheiro aplicado no PPR. Contudo, se mexer na sua poupança, vai sofrer também alguns encargos que podem rondar os 1,9 por cento, excepto dentro das condições previstas na lei, ou seja, em caso de desemprego de longa duração, doença grave, invalidez ou falecimento do titular. Apenas cinco anos após ter feito a última entrega de capital, poderá mexer no seu dinheiro sem sofrer penalizações fiscais. Na altura do resgate, os subscritores estão sujeitos ao pagamento de imposto, de acordo com a modalidade que escolherem: reembolso total (de uma só vez), renda periódica (na forma de prestações periódicas) ou sistema misto (combinação das duas fórmulas anteriores). Mesmo respeitando o prazo de cinco anos, o reembolso só pode ser efectuado a partir dos 60 anos ou com reforma por velhice (pessoas a quem tenham sido atribuídas pensões de velhice de qualquer regime de protecção social).

#### NÃO ESQUEÇA QUE:

Em circunstâncias excepcionais pode reaver o dinheiro que aplicou no PPR sem ser para os efeitos previstos e sem incorrer em penalizações fiscais. São casos em que o participante ou algum dos membros do seu agregado familiar esteja perante as seguintes situações:

- desemprego de longa duração (trabalhadores que estejam há mais de doze meses desempregados e inscritos em centros de emprego);
- em caso de doença grave;
- incapacidade permanente para o trabalho;
- falecimento do titular.

**Anuncie aqui e Poupe mais algum dinheiro**

[www.adsbiz.com/servicos](http://www.adsbiz.com/servicos)

## Soluções Poupança

**5%**  
Em verrat sed mil

In a felis sollicitudin bibendum orci quis dui "CINF" hortari ipsum cum clamore crede, et nisi sit amet. Ut elementum dui eu condiciones et solutiones, et erit in sem elit, viverra sed, egestas, mauris, gables et velit. Brand Central animo creandi expeditione praerat, loco cum productione TV crimina Dolores Miss.

Ut elementum dui condiciones et solutiones!!

[WWW.CENF.COM](http://WWW.CENF.COM)



**SEGUROS :: É obrigatório proteger a casa, o carro e a saúde**

## INVESTIR NOS SEUS BENS

"SÃO IMPRESCINDÍVEIS e nalguns casos podem tornar-se bastante úteis. A habitação, o automóvel e a saúde são bens importantes para a nossa vida e merecem ser protegidos. Os seguros podem dar uma ajuda nessa tarefa. O importante é escolher aqueles que respondem melhor às suas necessidades."

ANDREIA ARENGA

Se está a pensar proteger a sua casa, prevenir-se contra acidentes com o seu automóvel ou ter um serviço de saúde mais completo, analise a oferta das seguradoras e poupe dinheiro. Existem seguradoras low cost com preços mais acessíveis e uma boa cobertura. A idade, a profissão, a educação, o património e o estilo de vida são factores que determinam a quantia a pagar.

#### Seguro Habitação: avalie a sua casa

O primeiro passo antes de recorrer a um seguro habitação passa por avaliar a sua casa e saber que tipo de bens quer proteger. Faça uma lista de tudo o que tem e valorize individualmente os objectos especiais. O ideal é que faça uma avaliação fiel, pois se indicar um valor inferior ao real, a seguradora paga só uma parte dos prejuízos, em caso de sinistro. Por exemplo, se for assaltado e lhe levarem bens no valor de 10 mil euros, recebe apenas 6 mil euros (10 mil multiplicados por 60 por cento).

Uma boa cobertura multiriscos-habitação pode ajudá-lo a poupar milhares de euros caso a sua casa seja atingida por um incêndio, uma inundação, uma tempestade ou um sismo, entre muitos outros imprevistos que possam ocorrer. Se preferir, opte apenas por proteger bens específicos como por exemplo assistência ao lar, riscos eléctricos e acidentes pessoais. O capital seguro para o recheio é fixo e determinado pela própria companhia, em função do número de assalhadas do imóvel.



#### Quanto custa proteger a sua casa?

O preço da apólice depende não só do valor dos bens seguros, mas também das características do imóvel e dos sistemas de protecção instalados. Na altura de preencher a proposta de apólice, defina os meios de prevenção contra incêndio e de protecção contra roubo instalados na habitação como por exemplo extintores, alarme, fechaduras de trancas ou portas blindadas. De acordo com a Deco, a posse desses dispositivos podem valer-lhe um desconto até 30 por cento.

#### Seguro Automóvel: poupe até mil euros

Antes de começar a analisar a oferta de seguros para o seu automóvel, deve definir primeiro a modalidade que prefere e ter em conta alguns factores como o modelo, o ano e a cilindrada do seu carro, a sua idade, os anos de carta e a localidade onde vive. Estas são variáveis que determinam, em muito, o preço que vai pagar pelo seu seguro. A oferta é vasta e o importante, tal como em qualquer outra compra, é saber escolher o produto que mais se adapta às suas necessidades e ao valor que está disposto a investir. De qualquer forma, os seguros automóvel costumam ser vantajosos e de acordo com a Deco, pode poupar até mil euros no caso dos usados e 1200 euros se o seu carro for novo.

#### Seguro de Saúde: indicado para grandes despesas

A maior vantagem dos seguros de saúde é poder usufruir de um serviço de qualidade e sem ter que esperar meses para uma consulta de especialidade. Ter uma vida mais descansada é apontado como uma das mais-valias, mas é necessário escolher bem o tipo de seguro de saúde que melhor se adapta às suas necessidades. Existem várias modalidades de cobertura, quer para pessoas que precisam de cuidados mais dispendiosos (como por exemplo internamento, situações de parto ou consultas de especialidade), quer para os contribuintes que preferem um acompanhamento pontual da sua saúde. No primeiro caso, o seguro pode ser mais vantajoso e é aconselhado pela Deco. Na segunda hipótese, os custos são mais reduzidos, com ofertas a partir de 60 euros por ano. Se, por outro lado, optar por usar um seguro que lhe permita consultas mais frequentes, o melhor é procurar uma apólice que lhe dê uma cobertura maior. As seguradoras disponibilizam informações actualizadas e podem aconselhá-lo sobre os planos mais indicados para si.







#### Vantagens fiscais

Um dos atractivos da adesão destes planos tem a ver com o regime de deduções no IRS. Em 2011, os contribuintes podem deduzir até 30 por cento dos prémios pagos em seguros de saúde até um limite de 85 euros, no caso de serem solteiros, ou de 170 euros, no caso de se tratar de um casal. Pode ainda ser deduzido 30 por cento do valor das contribuições feitas para associações mutualistas que cubram riscos de saúde do contribuinte ou dependentes. No entanto, estas deduções devem sofrer algumas alterações a partir do próximo ano. De acordo com um estudo da Deco, os seguros de saúde, encargos de natureza ambiental como equipamentos de energias renováveis, contribuições para associações mutualistas e IPSS continuam a ser dedutíveis, mas tendo em conta o escalão de rendimentos. Na declaração a entregar em 2012, estas passam a estar limitadas a um máximo de 100 euros. Quanto mais elevado o rendimento colectável, menos despesas poderá deduzir.

**SAIBA MAIS EM:**  
Instituto de Seguros de Portugal  
[www.isp.pt](http://www.isp.pt)  
Portal do Cidadão  
[www.portaldocidadao.pt](http://www.portaldocidadao.pt)  
Deco - Associação de Defesa do Consumidor  
[www.deco.proteste.pt](http://www.deco.proteste.pt)

**Anuncie aqui e proporcione segurança aos nossos leitores**

[www.adsbiz.com/servicos](http://www.adsbiz.com/servicos)

## INFINITL SEGUR

**Quem somos & o que fazemos**

Collect data simulatio facere oportet, personaliter difficilis est quam forma. Petere potes consistere non potest habere dubitationem, vel dignissim vestibulum. Pro regula post simulationem colloqui necesse est dicere ut expedit in alio puncto. Sic (per site), necessaria sunt prolatæ in data ratione et modo tempus habet customer inserere illos.

[www.infinitisegur.pt](http://www.infinitisegur.pt)

**Localidade: R. Matriz, 2214 - Loja A**  
**Agostinho Porto | Tel.: 22 768 987**



**GOURMET :: A qualidade dos produtos portugueses torna alguns deles verdadeiras iguarias**

## 'O QUE É NACIONAL É BOM!'

"EM ÉPOCA DE CRISE, são aconselhados os produtos nacionais. Do azeite ao vinho, passando pelos queijos, fruta e legumes, mas também a gastronomia e doçaria regionais. Importante mesmo é reconhecer estes produtos, saber como escolhê-los e comprá-los."

**ANDREIA ARENÇA**

É impossível falar de Portugal sem falar de vinho. O vinho constitui um património antigo e precioso em Portugal, tendo sido utilizado como moeda de troca com outras nações desde a 1143.

#### O néctar dos deuses 'Made in Portugal'

A região do Douro é uma das mais antigas zonas de produção do vinho do Mundo. Mas a par do Douro, Portugal destaca-se pela grande diversidade de castas vinícolas de sub-regiões e de microclimas, que criam vinhos com características únicas ao Mundo.

A Península de Setúbal e o Alentejo são outras das zonas com os melhores vinhos nacionais, destacando-se no primeiro caso o Moscatel de Setúbal reserva de 2006 que, este ano, conquistou o prémio de melhor vinho moscatel do Mundo no concurso Muscats du Monde realizado em França.

#### Delícias de convento

Outro dos ex-libris portugueses é a doçaria, rica e antiga, produzida nos mosteiros e conventos portugueses desde o século XVI. Desde a utilização do ovo, da amêndoa, do figo e da laranja, entre outros produtos de grande qualidade e produção nacional. A criatividade aliada à tradicionalidade tem feito perdurar os sabores verdadeiramente divinos.



#### Arte milenar

Outro dos produtos que caracterizam o sabor português é o queijo, sendo o Queijo da Serra um dos mais antigos, considerado mesmo o melhor queijo de Portugal. Amanteigado, suave e macio, com um sabor intenso, este é um produto de eleição que nasce naquela região feito a partir de ovelhas criadas com carinho pelos seus produtores.

A par do queijo, só mesmo o azeite, presença fundamental em qualquer mesa portuguesa. Foi um dos primeiros produtos portugueses a ser exportado, desde o século XIX, e é um clássico da cozinha mediterrânica. O clima português confere as condições privilegiadas para o cultivo da azeitona e para a qualidade final deste produto.

#### Como reconhecer o que é nacional?

Pode parecer difícil distinguir os produtos portugueses dos outros, mas não é. Basta alguma atenção, pois eles costumam estar assinalados. Quando for às compras, olhe para a origem dos produtos antes de comprá-los. Normalmente, as frutas e os legumes estão bem assinalados junto ao preço, em qualquer super ou hipermercado. As massas e o arroz também estão identificados com a marca Portugal, o símbolo de um 'P' vermelho que podemos encontrar no canto das embalagens. Graças à campanha 'Compro o que é nosso' tornou-se mais fácil saber como comprar produtos portugueses.

Evite comprar marcas brancas, pois estas não estão bem identificadas, o que dificulta a tarefa de saber se aqueles são produtos produzidos em Portugal ou noutros países.

#### Os produtos e objectos da nossa infância

De modo a valorizar a produção nacional e o que Portugal tem de melhor, a empresária Catarina Portas criou uma loja especial. Em 'A Vida Portuguesa', a empresária coloca à disposição dos portugueses diversos produtos de origem nacional que se tornaram verdadeiros ícones nacionais.

► **PARA SABER MAIS CONSULTE:**  
<http://www.compronosso.pt>





#### Rebuçados Dr. Bayard

Quem não se lembra de ir à mercearia comprar estes rebuçados embrulhados em papel para aliviar dores de garganta? Uma invenção que remonta à 1930 quando um jovem merceiro da baixa lisboeta acolheu um refugiado francês de nome Bayard. Para lhe agradecer, o francês ofereceu-lhe a receita secreta destes rebuçados peitorais.

#### A Andorinha

São uma criação de Bordalo Pinheiro. O artista português moldou em cerâmica vários exemplares de andorinhas que transpôs depois para pratos e azulejos. Esta andorinha valente e fiel que regressa sempre à casa, transformou-se num verdadeiro ícone nacional e tem sido usada para decorar jardins, fachadas, varandas e o interior das casas portuguesas.

#### Pasta dentífrica Couto

Já dizia a publicidade: a pasta Couto 'anda na boca de toda a gente'. É uma das pastas dentífricas portuguesas mais antigas, tendo sido lançada para o mercado em 1932. A sua fórmula foi criada por Alberto Ferreira do Couto, gerente de farmácia, com a ajuda de um amigo dentista.



#### O SALAZAR

Para os outros é apenas um utensílio de cozinha para raparuchos. Mas foram os portugueses que lhe deram um cunho pessoal. Ao chamá-lo "Salazar", este mero objecto usado em todas as cozinhas, transformou-se num verdadeiro símbolo da sociedade portuguesa.

**Anuncie aqui e todos vão querer provar a sua comida.**

[www.adbiz.com/pleasures](http://www.adbiz.com/pleasures)

## Classic Aurum

Bebidas	Sobremesas
Água (0,033 cl)	Manjar Branco
Refrigerantes	Tarte de Maracujá
Sumos Naturais	Mousse de Limão
Vinhos	Crème de Papaila
Vinho da casa	Stroganoff de Chocolate
Dão Terras Altas Tinto	Salada de fruta
Mateus Rosé	Bola de Gelado
Verde	
Douro	
Evel	
Doas Quintas	
Terras do sado	
João Pires Branco	
Alentejo	
Monte Velho	

**Aperitivos e Digestivos**

Moscato  
Martini  
Gordon's  
J'waker Black  
Bailays  
Caipirinha  
Caipiroska  
Cardhu

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000 - 224 - Funchal  
Tel. 291 445 788 | Fax. 291 789 998 | Telem. 96 45 88 704 | E-mail: [studiocasio@netmadeira.com](mailto:studiocasio@netmadeira.com)



#### PLEASURES :: Artigo

ESCAPE :: Aproveite o fim-de-semana e vá até ao Crato

## PASSEIO PELO ALENTEJO

"A CHEGADA DO OUTONO CONVIDA-NOS a dar um passeio pelo Norte Alentejano. De Portalegre, passando pelo Crato e Marvão. Paisagens desertas, boa comida e um quarto acolhedor esperam por nós."

ANDREIA ARENÇA

O percurso de Lisboa a Portalegre não é muito longo. A vontade de partir é grande, mas com calma chega-se lá. Mesmo o caminho, pare no Crato.

#### Sabores e cheiros alentejanos

Já que está na vila, demore-se um pouco mais e descubra os segredos que ela esconde. O Castelo com vista para a planície alentejana e a varanda do Crato Prior são locais a visitar. Explore o convento e suba até onde tocam os sinos. As peças de olaria em barro vermelho também são bonitas de ver. Já perto do almoço, procure um restaurante agradável e prove a gastronomia da região. Acolhedor e com um ambiente íntimo e familiar, «O Alvar» fica a 10 km de Portalegre e é o local ideal para aconchegar o estômago antes de continuar a viagem. Aqui pode encontrar todas as especialidades da cozinha alentejana. Para acompanhar, escolha um dos muitos vinhos regionais alentejanos.

#### Paisagens campestres

De volta à estrada, é pela Serra que vamos, em direcção ao Pico de São Mamede. Um manto de pinheiros ao longo da estrada campestre conduz-nos até ao ponto mais alto do Alentejo. Talvez daqui ainda não consiga vislumbrar as margens do Rio Sever, mas se continuar mais um bocadinho vai ver as águas da barragem da Apartadura. Ao fundo corre a ribeira de Anonches. A paisagem lá em baixo é bonita com os olivais e os sobreiros do Vale de São Lourenço. Já se avista Marvão. Desça e explore a cidade. As ruas da vila são estreitas e as paredes brancas, tal e qual uma casa de bonecas. Parece que o tempo parou aqui. A vila é quase um museu vivo, um lugar ótimo para passar por isso vai até à Portagem, mesmo ali perto, e visite a ponte romana em granito que se estende por cima do Rio Sever.



#### VIAGEM NO TEMPO

Está na hora de entrar no carro e rumar até Portalegre. Até lá, descanse e olhe pelos inúmeros palacetes e solares que marcam o período barroco e definem a imponência da cidade. Continue até ao centro da cidade. A Sé Catedral, o Mosteiro de São Bernardo e o Museu de José Régio esperam por si. Para quem gosta de artesanato, a Manufatura de Tapeçarias pode ser uma visita interessante. Aqui produzem-se as melhores tapeçarias da Europa.

## Hotel Paraíso

**Máximo de conforto com maior qualidade...**

Nada melhor do que sentir-se confortável num ambiente agradável. Os nossos apartamentos são equipados com ar condicionado, Ventiladores, televisão por cabo, mini bares, telefone, internet wireless, Sistema de aquecimento central e casas de banho.

Contacto | Email | Site





PLEASURES

AVENTURA :: Desfrutar da Natureza em Penha Garcia

## ALDEIA PERDIDA ENTRE AS MONTANHAS

"É O DESTINO IDEAL para os amantes dos desportos de aventura. Longas caminhadas a pé ou de BTT, descida pelas águas calmas do Rio Tordo ao Rio Ponsul, ou escalada nas serras altas desfrutando da natureza selvagem que se estende lá em baixo. Penha Garcia é uma aldeia histórica escondida no conselho de Idanha-a-Nova que vale a pena descobrir."

ANDREIA ARENGA

É uma daquelas aldeias quase desertas e perdidas do Norte de Portugal, com paisagens naturais de cortar a respiração que dão vontade de desbravar de todas as formas e feitios. Pegue na mochila, no equipamento de escalada ou na sua BTT e rumo até Penha Garcia, um pedaço do mundo em estado puro.

### Avistar o horizonte lá de cima

Penha Garcia é rodeada de montanhas imponentes e serras altas ótimas para a prática da escalada. As paredes íngremes e esculpidas pelo vento que se erguem de cada lado do Rio Ponsul permitem escalar vários graus e utilizar técnicas diferentes.

Mas aqui o mais importante não é a força. Estas montanhas são indicadas para trabalhar sobretudo o equilíbrio. Se gosta de adrenalina e de medir forças com a Natureza, então dirija-se antes para as ruínas do castelo, onde uma cova abre possibilidades de cansar todos os músculos. Assim, pode aproveitar para fazer uma visita ao castelo antes de olhar cá para baixo.

A Serra da Malcata a 30 km de Penha Garcia, com os seus 1.100 metros de altitude, e a Serra de Gata a 40 km, já em Espanha, com uma altitude de 2.300 metros e zonas bem agrestes e empinadas, também são ótimas para a prática da escalada.



### Caminhadas a pé ou a pedalar

Se é daqueles aventureiros que gostam mais de sentir os pés bem assentes na terra, existem vários percursos pedestres para que possa desfrutar da beleza das paisagens. Se tiver sorte, pode ser que se cruze com cejonhas negras, javalis e veados.

Se prefere a velocidade, opte por fazer montar uma BTT. Adrenalina não vai faltar, com graus de dificuldade, distâncias e duração variados.

### Viver o rio

Alternativas para gozar o rio aqui não faltam. Rio Tordo de Idanha, Rio Tordo da fronteira de Valverde del Fresno, Ribeira da Bazagueda e Rio Erge são alguns dos percursos que pode fazer. Aqui vai encontrar alguns dos lugares mais selvagens de Portugal para desfrutar a pé, de BTT ou de Kayak. A barragem de Penha Garcia ladeada pelo Rio Ponsul, proporciona descidas calmas em Kayak. Se quiser ir mais longe, tem também a barragem de Idanha-a-Nova, a 10 km, bem maior que a de Penha Garcia e com água límpida com acesso navegável em kayak ao Rio Ponsul e ao Rio Tordo.

### Aliar a aventura à cultura

Para quem gosta de aliar a aventura, à cultura e à gastronomia, nada melhor do que aproveitar tudo o que Penha Garcia tem para oferecer. Os antigos moinhos de água da aldeia e as casas que os serviam foram restaurados e estão abertos ao público. Podem ser visitados livremente ou com guia. Se quiser viver ao máximo o estilo de vida da aldeia e a História do local, pode também reservar um destes moinhos e ali pernoitar, para uma noite romântica ou com um grupo de amigos.

Ao acordar, nada melhor do que banhar-se na piscina natural de Penha Garcia, com água corrente vinda da barragem. Depois do banho sabe sempre bem ir experimentar os petiscos da zona, que neste caso começam pelo javali e terminam nos bolos de azeite, sempre acompanhados de um pão caseiro digno de qualquer anúncio de manteiga. Ou descobrir a beleza do artesanato da região como as rendas, os adufes ou outros trabalhos em madeira.



### OUTRAS ROTAS

Para quem gosta de aliar a aventura, à cultura e à gastronomia, nada melhor do que aproveitar tudo o que Penha Garcia tem para oferecer.

#### Rota dos Castelos da Beira Interior

Visite os castelos de Linhares da Beira, Celorico da Beira, Trancoso, Castelo Rodrigo, Pinhel, Almeida, Castelo Borm, Castelo Mendo, Vilar Maior, Alfaiates, Sabugal, Sortelha, Ponte de Segueiros, Guarda, Belmonte, Penamacor, Penha Garcia, Monsanto, Castelo Novo e Avó.

#### Rota dos Fósseis

Podemos ver, nas rochas da margem do rio Ponsul, os fósseis marinhos de trilobites, crustáceos e trilobites, estes últimos apelidados de Cobras Pintadas pelas gentes locais.

#### Rota do Contrabando

Antigo percurso feito a cavalo ou a pé por contrabandistas a terminar em Montfortinho ou Espanha.

#### Rota das Aldeias Históricas

Almeida, Castelo Mendo, Castelo Novo, Castelo Rodrigo, Idanha-a-Velha, Linhares da Beira, Plódio e Sortelha são outras aldeias históricas circundantes a explorar.



### GASTRONOMIA

Ensapado de Cabrito; Sopa de Grão com Massa; Gaspacho; Migas; Prova de Chouriço; Ensapado de Javali; Queijo fresco e curado de cabra; mistura e ovelha;

**Anuncie aqui e leve os nossos leitores nas suas viagens**

**ad8bitz**

[www.ad8bitz.com/pleasures](http://www.ad8bitz.com/pleasures)

**Travel cheap**

**Viagens Económicas, para toda a família e amigos...contacte-nos! 291 445 788**

✈️ 🇧🇷 🇵🇹 🇮🇹 🇪🇸 🇫🇷 🇩🇪 🇬🇧 🇨🇦 🇺🇸 🇦🇺 🇳🇱 🇧🇪 🇦🇩 🇦🇪 🇲🇦 🇩🇪 🇨🇪 🇭🇺 🇵🇱 🇸🇰 🇨🇮 🇵🇰 🇮🇳 🇮🇩 🇻🇳 🇹🇭 🇵🇭 🇯🇵 🇰🇷 🇦🇺 🇳🇱 🇧🇪 🇦🇩 🇦🇪 🇲🇦 🇩🇪 🇨🇪 🇭🇺 🇵🇱 🇸🇰 🇨🇮 🇵🇰 🇮🇳 🇮🇩 🇻🇳 🇹🇭 🇵🇭 🇯🇵 🇰🇷

Sensus sit amet magna aliquam vos can adepto. Et orci purus nunc et semper nonummy est. Hic locus in primis spectant, qui videt in Europa peregrinari sine pecunia multa expendere.

Lorem ipsum dolor suggestionum machinationibus sunt autem omni generi valet iter pler minus oeconomicam et ubique terrarum.

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João  
Site: [www.travelcheap.com](http://www.travelcheap.com)





INOVAÇÃO :: Os próximos telemóveis a entrar no mercado

## O MUNDO NO BOLSO

"A TECNOLOGIA NÃO PÁRA DE CRESCER e é quase difícil de acompanhar, tal é a quantidade de aplicações que surgem todos os dias. Para começar, destacamos os iPhones e smartphones que vêm aí. A AD8BIZ revela quais os próximos lançamentos no mercado."

ANDREIA ARENKA

### Samsung lança Galaxy Skin

Ainda não tem data de lançamento nem preço, mas a Samsung fez uma demonstração do mais recente Galaxy Skin. O smartphone pretende ser fino como a pele e tem a particularidade de ter um ecrã dobrável e inquebrável. Está equipado com ecrã Super AMOLED de 4 polegadas, dispõe de 32 GB de memória interna e câmara de 8 MP e pode operar tanto com as redes 3G como com as futuras redes 4G. Além do ecrã dobrável, o Galaxy Skin distingue-se por usar o sistema operativo Android.



### Nokia vai ter Windows Phone 7

O Nokia Sea Ray deverá ter a próxima versão do Windows Phone 7 planeada para chegar ao mercado mais para o final do ano. Até agora, o novo smartphone da Nokia apenas foi apresentado numa sessão privada por Stephen Elop, mas já corre no YouTube.

### Motolola lança Defy+

Um smartphone Android de topo resistente à água, pó e riscos. É esta a nova inovação proposta pela Motorola. Tal como seu antecessor, o Defy+ cumpre com a norma IP67, o que significa que é resistente a poeiras e aguenta a imersão completa, em água, até cerca de um metro de profundidade. De acordo com Alain Mutricity, presidente da Motorola Mobility, o Defy+ é o mais recente smartphone à prova de vida - entrega a durabilidade necessária para acompanhar os estilos de vida mais exigentes.

O novo smartphone tem um ecrã Corning Gorilla Glass, resistente a choques, um processador de 1 GHz e corre o Android "Gingerbread" 2.3. A câmara é de cinco megapixels e a Motorola garante que a bateria do Defy+ vai atingir as 71 horas de autonomia em conversação.

### APPLE LANÇA DOIS NOVOS IPHONES

A Apple prepara-se para lançar dois novos telemóveis ainda neste Outono. O tão esperado iPhone 5 e um outro modelo significativamente mais económico associado ao serviço iCloud. Para isso, a Apple deverá utilizar muitos dos componentes do actual iPhone 4 e uma capacidade de armazenamento muito reduzida. A ideia é tornar este modelo dependente do serviço iCloud, onde ficará armazenada a maioria dos dados dos utilizadores. De acordo com o site Apple n' apps, o iPhone iCloud vai ter um painel traseiro de alumínio, muito semelhante ao do iPad 2.

## Tec Macfar

Hi-Fi technology



Sed cum omnis generis instrumentis CAPITULUM QUOD tangit Donec accumsan emere et fortasse TO% 80 % FERO IN OFFICINA SPONSUS AD OPUS 24 mensis et sic voce SUNT IN NEW FOR FULL COMMEATUS. OR BY MAIL PHONE CIO ipsium



www.tecmacfar.pt

Ed. Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - Funchal | Tel. 291 445 788



AUTOMÓVEL :: Carros eléctricos devem duplicar até 2030

## OS CARROS DO FUTURO

"ECOLÓGICOS E AMIGOS DO AMBIENTE, os carros eléctricos têm sido uma das prioridades na União Europeia que tem dado passos decisivos no estímulo à produção destes veículos. A França e a Alemanha, a par dos Estados Unidos e da China, lideram este mercado em potencial crescimento também em Portugal."

ANDREIA ARENKA

### Carros solares são os mais utilizados

Os carros ecológicos são uma das mais recentes inovações no mercado automóvel e começam a ser, um pouco por todo o mundo, uma escolha dos automobilistas. Quer pela sua vertente ecológica, quer pela poupança que permitem a longo prazo. Estes carros podem utilizar diversas energias limpas, mas os mais comuns são aqueles que utilizam a energia solar para se movimentarem. A energia emitida pelo sol é recebida por painéis solares estrategicamente colocados no exterior do veículo, convertendo a energia solar em energia eléctrica e permitindo que o automóvel se desloque. A autonomia destes veículos é extremamente elevada.

Estes carros do futuro podem percorrer cerca de 3000km e atingir velocidades de 160km por hora. A energia solar acumulada é equivalente a cerca de 5 litros de gasolina e pode ser carregada em postos específicos espalhados por diversas zonas urbanas. Lisboa e Porto têm já uma rede de postos de carregamento que deve ser alargada até 2015.

### Marcas apostam no mercado português

Mas não se pense que estes carros são diferentes dos outros. Na verdade, e de uma forma geral, os carros ecológicos são apenas adaptações de modelos já existentes com algumas modificações. Os modelos são desenvolvidos por países como a China, os Estados Unidos ou o Japão, mas existem algumas marcas que têm feito um esforço no sentido de introduzirem estes automóveis no mercado português. Ainda que o valor comercial destes veículos seja extremamente elevado, algumas marcas têm trabalhado no sentido de criar alternativas aos automobilistas de acordo com as suas necessidades e possibilidades económicas, já que estes veículos podem tornar-se bastante vantajosos a longo prazo.



### AS VANTAGENS INERENTES AOS VEÍCULOS ELÉCTRICOS:

- Maior durabilidade decorrente do recurso a energias alternativas;
- São menos poluentes que os outros automóveis;
- Permitem uma maior qualidade de vida dos condutores;
- Maior poupança de energia, graças às suas baterias e motor eléctrico.

### AS DIFICULDADES INERENTES AOS VEÍCULOS ELÉCTRICOS:

- As baterias ainda são muito pesadas e muito caras;
- Os custos da electricidade são elevados;
- Os materiais usados para a produção de baterias, nomeadamente os metais nobres, são raros e concentrados apenas em alguns países

## Marca

Modelo	Combust.	Ano	Modelo	Combust.	Ano
BMW X5 M (E70)	Gasólio	2000	BMW X5 M (E70)	Gasólio	2000
BMW X5 M (E70)	Gasolina	1998	BMW X5 M (E70)	Gasolina	1998
BMW X5 M (E70)	Gasólio	1999	BMW X5 M (E70)	Gasólio	1999
BMW X5 M (E70)	Gasolina	2001	BMW X5 M (E70)	Gasolina	2001
BMW X5 M (E70)	Gasólio	2010	BMW X5 M (E70)	Gasólio	2010



## Model

- Mark
- Model combust
- Vendedores et emente



### Faro

Automotor@netmadeira.com  
Tel. 289 445 788 | Fax. 291 789 998  
Rua do prak strop nº 78

### Porto

Automotor@hotmail.com  
Tel. 22 445 788 | Fax. 22 789 998  
Rua do escondidinho nº 88

### Lisboa

Automotor@hotmail.com  
Tel. 21 445 788 | Fax. 21 789 998  
Av. Dos Aliados nº 61



USADOS :: As vantagens de comprar um carro em segunda mão

## A SOLUÇÃO PASSA PELO STAND

"COMPRAR UM CARRO É SEMPRE UMA DECISÃO DIFÍCIL DE TOMAR: onde comprar? Que tipo de carro adquirir? Quanto gastar? Hoje em dia, a maior parte dos automóveis novinhos em folha desvaloriza rapidamente, por isso, comprar um carro usado pode ser uma boa solução."

ANDREIA ARENÇA

Por vezes, o orçamento disponível não chega para a aquisição do automóvel dos nossos sonhos. Recorrer a um stand de usados pode ajudar a resolver o problema. É certo que este tipo de serviços pode ter um custo ligeiramente mais elevado, mas tem um outro conjunto de vantagens que é preciso ter em conta.

### As vantagens de comprar num stand

Facilitar no processo de venda, arranjar financiamento e, caso tenha um outro usado para troca, ficar com o mesmo e garantir-lhe uma verba para a compra do carro "novo", são algumas das vantagens que um stand lhe pode oferecer. Os profissionais de comércio automóvel também são obrigados a fornecer uma garantia de dois anos na venda do carro usado, podendo ser reduzida até 1 ano se de acordo entre ambas as partes.

Adquirir um carro usado, pode ser uma ótima solução em muitos casos: permite comprar um carro melhor que não seria acessível enquanto novo e sentar-se em níveis de endividamento elevados. Por outro lado, os carros usados não estão sujeitos a sofrer uma desvalorização tão acentuada como acontece na compra de veículos novos.

Saiba mais em:  
Automóvel Clube de Portugal  
[www.acp.pt](http://www.acp.pt)

### AVALIAR SITUAÇÕES E SABER NEGOCIAR

#### Orçamento disponível

Coloque um intervalo razoável do que pretende gastar, deixando alguma margem para não descurar boas hipóteses. Pode igualmente apenas colocar um tecto máximo.

#### Tipo de carro pretendido

Não se esqueça de procurar um carro que satisfaça as suas necessidades diárias.

#### Características do carro

Defina qual a marca, modelo, cilindrada ou potência que pretende.

#### Verifique os contactos do vendedor

Antes de se deslocar a um stand, contacte-o por telefone ou via e-mail, de forma a verificar a disponibilidade da viatura, e a informar-se das características concretas da viatura pretendida.

Stand Martin

Lorem ipsum dolor sit amet magno usui qualitas vendentes et ementes bona proprietatibus. Robur eius est ratio partem suam coram crescent et worldwide venalicium faciendo internationale activitatis. Duis commodo quam at 1998 Europae, Americae Medius Asia et Orientali.

08:00  
20:00



Diesel SUV, Fusca congue quam 4x4, varius id, nigro corio interior, sedes imperi, potentiae seras janua, fenest.



Diesel SUV, Fusca congue quam 4x4, varius id, nigro corio interior, sedes imperi, potentiae seras janua, fenest.



Diesel SUV, Fusca congue quam 4x4, varius id, nigro corio interior, sedes imperi, potentiae seras janua, fenest.



Diesel SUV, Fusca congue quam 4x4, varius id, nigro corio interior, sedes imperi, potentiae seras janua, fenest.



Diesel SUV, Fusca congue quam 4x4, varius id, nigro corio interior, sedes imperi, potentiae seras janua, fenest.



Diesel SUV, Fusca congue quam 4x4, varius id, nigro corio interior, sedes imperi, potentiae seras janua, fenest.



Diesel SUV, Fusca congue quam 4x4, varius id, nigro corio interior, sedes imperi, potentiae seras janua, fenest.



Diesel SUV, Fusca congue quam 4x4, varius id, nigro corio interior, sedes imperi, potentiae seras janua, fenest.



Diesel SUV, Fusca congue quam 4x4, varius id, nigro corio interior, sedes imperi, potentiae seras janua, fenest.

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal  
Tel. 291 445 788 | Fax. 291 789 998 | Telem. 96 45 88 704  
E-mail: [standmartin@netmadeira.com](mailto:standmartin@netmadeira.com)



SAÚDE Artigo

GRIFE :: O vírus circula sobretudo nas estações frias, mas existem formas de preveni-lo

## ELAS ANDAM AÍ!

"COMA CHEGADA DO INVERNO, regressam também as tão temidas gripes e constipações. Estas doenças infecciosas atingem sobretudo o aparelho respiratório, mas podem afectar outras zonas do organismo como por exemplo o estômago. Saiba como as combater."

ANDREIA ARENÇA

Febre, dores no corpo, mal-estar, dificuldade em respirar, tosse e dor de garganta. Todos nós, em algum momento das nossas vidas, já sentimos estas desagradáveis sensações. E quando isso acontece imaginamos logo: é o início de uma gripe.

### Gripe vs. Constipação

Muitos de nós não sabem, mas a gripe e a constipação são coisas diferentes. Apesar de serem causadas por vírus semelhantes, os seus sintomas podem variar. Normalmente, a gripe é mais contagiosa e os seus sintomas são mais fortes. Enquanto que as constipações afectam apenas as vias respiratórias como aumento de mucosidade e tosse, congestionamento nasal, sensação de ardor na garganta, as gripes causam febres altas, sensação de cansaço, dores no corpo e até perda de apetite, afectando o aparelho digestivo.

### Prevenir é o melhor remédio

Mas como podemos combater o vírus? O ideal é proteger-se antes que o vírus tome conta do seu corpo. É importante ter cuidado com as mudanças de temperatura abruptas, causadas pelo ar condicionado ou espaços demasiado confinados. Caminhar uma hora por dia, treinar no ginásio duas vezes por semana ou a prática de qualquer exercício físico reduz de forma significativa o risco de contrair este tipo de doenças. As pessoas com uma vida fisicamente activa têm o seu sistema imunológico mais bem preparado para se defenderem.

Beber muita água e comer frutas e legumes ricos em vitamina C também ajudam a manter o vírus da gripe bem longe.



### Hidratação é fundamental

Beba entre 1,5 e 2 litros de líquidos por dia (água, caldos, sumos de fruta), e deixe de lado os refrescos, as colas e as bebidas com cafeína, e em especial o álcool porque provoca desidratação. Comer rebuçados de mentol, por exemplo, também é benéfico, pois reduzem a irritação nesta zona. O mel também ajuda a proteger as vias respiratórias.

Manter um bom nível de higiene também ajuda. Mantenha as mãos limpas, lavando-as frequentemente. Aprenda a ouvir o seu corpo e esteja alerta para que possa actuar sobre ela o mais cedo e rapidamente possível.

### A vacina contra a gripe

Nalguns casos, em que o vírus é mais difícil de controlar, algumas pessoas optam por tomar a vacina contra a gripe. Esta medida é indicada para grupos de risco, como pessoas com mais de 65 anos, doentes crónicos (pulmonares, cardiovasculares ou metabólicos), e grupos mais expostos à contracção da doença como é o caso dos profissionais de saúde, professores, assim como pessoas estejam em contacto com pacientes de risco.

O vírus influenza, responsável pela gripe, é facilmente transmissível através da tosse, espirros e contacto com objectos infectados e tem a particularidade de ser de fácil mutação, pelo que as vacinas têm de ser reformuladas todos os anos.

### Quando tomar?

A vacina, administrada numa dose, começa a fazer efeito passadas duas semanas após a sua aplicação, pelo que convém recebê-la quando os vírus começam a circular, ou seja, em finais do Outono e princípios do Inverno.

A protecção da vacina antigripal tem uma eficácia que pode variar entre os 70 e os 90 por cento e pode durar até um ano. De qualquer forma, não previne constipações, pelo que se pensa que tomar a vacina contra a gripe o vai deixar sem constipações durante o ano, não se iluda.







#### Como prevenir a gripe e as constipações?

- ❑ Mantenha as mãos limpas, lavando-as frequentemente;
- ❑ Evite a permanência em locais com ar condicionado ou com variações de temperaturas extremas;
- ❑ Pratique desporto regular-mente. O exercício físico ajuda a aumentar as defesas do seu organismo;
- ❑ Saiba como prevenir uma eventual gripe ou constipação. Aprenda a ouvir o seu corpo e esteja alerta para que possa actuar sobre ela o mais cedo e rapidamente possível;
- ❑ É importante hidratar-se. Beba muita água e sumos ricos em vitamina C;
- ❑ O mel pode ajudar a aliviar as dores de garganta.

#### OS SEUS AMIGOS CONTRA A GRIPE

- ❑ Os frutos cítricos como a laranja, a tangerina e o limão são altamente recomendados na prevenção da gripe e das constipações;
- ❑ São ricos em antioxidantes que ajudam a reforçar as defesas;
- ❑ Fortalecem as defesas orgânicas;
- ❑ Melhoram o desempenho das vias respiratórias;
- ❑ Um copo de sumo de laranja natural dá ao organismo a quantidade diária recomendada de vitamina C.

**Anuncie aqui e leve mais saúde aos nossos leitores**

[www.ad8biz.com/saude](http://www.ad8biz.com/saude)

**A SUA TRANQUILIDADE É A DIFERENÇA**

## Clínica Servy

**Especialidades**

- Fisioterapia
- Ortopedia
- Cirurgia geral
- Cardiologia
- Cirurgia Plástica
- Med. Dentária
- Nutrição
- Medicina Geral
- Pediatria
- Urologia
- Dermatologia
- Alergologia
- Entre outros

**>> Novas especialidades**

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal

**291 786 987**

E-mail: [Clinicaservy@etmadeira.com](mailto:Clinicaservy@etmadeira.com) | [www.Clinicaservy.com](http://www.Clinicaservy.com)

#### CRÓNICA

## DE VOLTA AO TREINO!



Acabaram as férias, a praia, o calor, os fins de tarde na esplanada... Foi com certeza um tempo bem passado na companhia dos amigos e familiares, tempo este que possivelmente nos fez abandonar de algumas horas de treino. Faz-nos bem estas pausas, mesmo ao nível do treino! A fuga à rotina permite-nos restabelecer forças e ganhar novo ânimo para continuar o nosso percurso! É importante e saudável, desde que conscientes que é apenas uma pausa e que tem um princípio e o fim.

Está na altura de voltar à rotina! Ou pelo menos ao ritmo de treino!

#### Primeiro passo: nova época, novos objectivos?

Há que reflectir um pouco sobre este passo que nos vai permitir direccionar a motivação o resto da época de treino. Os objectivos da época passada foram atingidos? Estará na altura de mudar de actividade? Duas coisas são certas: não deve parar com a actividade física pois já sabe que esta lhe trás grandes benefícios; depois fazer esta introspecção, já poderá enquadrar-se melhor com o que pretende retirar da actividade física.

#### Segundo passo: quebre com a inércia!

A vontade de treinar parece pouca, mas faça um esforço extra! Vai ver que quando terminar a primeira sessão irá sentir uma sensação bastante agradável de bem-estar! Reveja os seus ritmos e hábitos anteriores e adapte à realidade actual, se for necessário. A disciplina ao nível dos dias e duração do treino devem ser rígidas inicialmente, para criar nova habitação. Não deixe passar demasiado tempo entre as sessões de treino! Não fique à espera da motivação, para passar à acção; inicie o processo e verá que a motivação aparecerá!

#### Terceiro passo: defina o seu local de treino.

Pretende treinar no ginásio? Procure ter todo o seu material relacionado com o treino e o exercício organizado no mesmo espaço, de forma a não perder tempo à procura do equipamento ou acessórios. Pesquise por ginásios que fiquem no seu trajecto casa-trabalho, para evitar grandes desvios e possíveis desculpas para não treinar. Sugestão: se treinar ao final do dia, não passe em casa antes de ir para o ginásio, a tentação pode ser muita!

Seguiu cuidadosamente todos os passos? Com certeza que está apto(a) para voltar a treinar! Boa sorte e bons treinos!

**EDGAR BORJA**  
Profissional de Desporto

## Hórarrio

De Terça a Domingo  
Terça a Sábado - 9:00 às 21:00  
Domingo - 9:00 às 13:00

### Morbi

Optimus via ut servo viscus ut compositus vestri gym est vivendi facere, id est impossibile scimus ire quotidie gym ergo LEGO fee pro velamine dolor tres aut duo tantum felis magna. Deinde, si vis augere numerum sessionum iustus upgrade vestri progressio.

### Præsent

Optimus via ut servo viscus ut compositus vestri gym est vivendi facere, id est impossibile scimus ire quotidie gym ergo LEGO fee pro velamine dolor tres aut duo tantum felis magna. Deinde, si vis augere numerum sessionum iustus upgrade vestri progressio.

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal  
Tel. 291 445 788 | Fax. 291 789 998 | Telem. 96 45 88 704  
[www.sportbody.com](http://www.sportbody.com)

BEM-ESTAR :: A massagem alivia tensões e proporciona prazer físico e emocional

## JÁ DESFRUTOU DE UMA MASSAGEM HOJE?

"É UMA DAS TERAPIAS MAIS ANTIGAS para aliviar dores musculares ou outras lesões físicas. Mas a massagem é sobretudo procurada para simplesmente proporcionar sensações de prazer e bem-estar. Relaxe e aproveite um dos tratamentos mais naturais para aliviar a dor."

ANDREIA ARENKA

Nasceu no seio de culturas ancestrais de países como a China, o Japão ou a Índia. A massagem é uma terapia que procura actuar em dois níveis: físico e mental.

### O poder da massagem

Algumas destas terapias mais antigas procuram, por um lado, o centrimento das energias e, por outro, a desintoxicação do organismo, eliminando as dores musculares e outras lesões que afectam o corpo.

As massagens proporcionam o equilíbrio entre o corpo e a mente, e um aumento da auto-estima. Através de técnicas de deslizamento, fricção, batimento e amassamento, trabalham o sistema circulatório, linfático, nervoso ou energético, eliminando, desta forma, a fadiga, tanto mental como física, e damos resistência ao nosso corpo para enfrentar doenças e a falta de harmonia.

### Tipos de massagens

Existem vários tipos de massagens, cada um com tratamentos próprios. Ao longo da história, cada país desenvolveu técnicas específicas de massagem. Na China destaca-se a Arma; no Japão, o Shiatsu; na Índia, a massagem Ayurvédica; na Oceania, a Lomi-lomi; na Europa, a massagem Sueca; e nos Estados Unidos, a massagem Californiana ou sensitiva.

A Reflexologia que é aplicada nos pés, mãos ou cara, ou massagens aquáticas, como o Watsu, são outras terapias possíveis.

### QUAIS OS BENEFÍCIOS DAS MASSAGENS?

#### Fisicamente:

- Potencia a respiração;
- Favorece a drenagem linfática;
- Reduz a fadiga muscular e diminui o cansaço;
- Estimula o sistema nervoso central;
- Relaxa a beneficial o sono;
- Melhora a elasticidade da pele, a circulação sanguínea, o sistema imunológico e a tonificação muscular;

#### Psicologicamente:

- Bem-estar imediato;
- Estimula os sentimentos positivos e mantém os negativos em baixo;
- Aumenta a energia e estimula o intelecto;
- Relaxa a mente;
- Melhora a imagem que uma pessoa tem de si mesma e a auto-estima.



**SPAS Bela**  
Vestibulum curationis| Vestibulum Vichy | Corpus et ipsum ultricies  
Facial | Turkish cursus | Donec nulla ante elit.

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40  
São João - 9000-224 - Funchal  
Tel. 291 445 788 | Fax. 291 789 998 | Telem. 96 45 88 704  
www.spas\_bela.pt



**Beauty Spas**  
Gagamos:  
• Massagens terapêuticas;  
• Massagens Vichy;  
• Tratamentos estética Facial e Corporal;  
• Banho Turco;  
• Sala relaxação;  
entre outros.

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40  
Tel. 291 445 788 | WWW.Beautyspa.pt

## SPAS SILVER



291 786 987  
Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal  
www.clinica\_silver.pt

**Algumas das especialidades**

Massagens terapêuticas	Massagens Vichy	Tratamentos Facial e Corporal	Banho Turco	Sala relaxação
------------------------	-----------------	-------------------------------	-------------	----------------

NUTRIÇÃO :: Uma alimentação saudável é essencial no combate às doenças

## ENFRENTAR O FRIO DE FORMA SAUDÁVEL

"COMA ALTERAÇÃO DA TEMPERATURA, os nossos estilos de vida também mudam. Por isso, é importante saber o que comer e adequar a nossa alimentação às temperaturas climáticas. A alimentação é fundamental para combater doenças e prevenir possíveis infecções."

ANDREIA ARENKA

Se no Verão, estamos mais relaxados e privilegiamos a hidratação e as actividades ao ar livre, no Inverno temos tendência para não desfrutar tanto do exercício físico e acabamos por consumir refeições mais consistentes.

### O que devemos comer no Inverno?

O consumo de alimentos de época é essencial, não só pelas suas características nutricionais, mas também na prevenção de doenças. No Inverno devem privilegiar-se as leguminosas e as hortaliças. A quantidade de nutrientes e vitaminas nestes alimentos é maior. A acelga, os espinafres, a couve, o repolho, a couve-flor, as couves-de-bruxelas, os cogumelos, as ervilhas, o feijão, a beterraba, o rabanete, a alface, a folha de carvalho e o agrião devem ser consumidos nesta altura do ano.

### Dicas para manter uma alimentação equilibrada

No Outono e no Inverno, as pessoas passam mais tempo em casa, diminuem o exercício físico e as rotinas diárias reduzem o tempo para as actividades lúdicas. Por isso, há cuidados que devem ser redobrados. É importante ajustar o nosso padrão alimentar ao clima e também à actividade física, e manter uma alimentação equilibrada. É natural que tenha tendência para comer mais nesta altura do ano, mas tente não fazê-lo e reduzir as porções que ingere. O mais importante é a qualidade dos alimentos e não a sua quantidade. A fruta nunca deve ser consumida depois das refeições, mas sim ao longo do dia, em refeições leves. As sopas têm um papel igualmente importante pois são ricas em vitaminas e outros nutrientes. As carnes devem ser pobres em gordura, por isso, opte pelas carnes brancas como as aves, em vez do porco.



### O PODER DOS CITRINOS

As laranjas, as tangerinas e os kiwis são igualmente preferenciais pelas suas propriedades antioxidantes. O consumo da água e do chá é igualmente essencial na criação de defesas ao nível do sistema imunitário e na prevenção de infecções comuns que surgem no Outono e no Inverno. Ingerir infusões de plantas como o eucalipto, a eucaliptina e a verbena aumenta o nível de líquidos e oferece propriedades benéficas para o nosso corpo.



258 901 987  
nunocarv.jcd@gmail.com

**Especialidades**  
Real Estate Valuation, euismod in domos, Rating lorem, egestas euismod, volutpat Property, Real Estate Reviews, Reviews Real Estate Algarve, euismod molestie, aedismare Recensiones aedes, tabernis expropiation, eget Lorem ipsum, Lorem, ipsum magna orci, Recensiones iudicialis, ipsum aedismare, Censo Duis sed massa, euismod elit.



**Carlos Aguiar**  
Real Estate Valuation, euismod in domos  
258 908 675  
carlos@hotmail.com



**Jorge Lundini**  
Real Estate Valuation, euismod in domos, iutim  
258 908 675  
jorgecab@gmail.com



**Sofia Amorim**  
Dermatologista  
Real Estate Valuation, euismod in domos, Rating lorem, egestas euismod, volutpat Property, Real Estate Reviews, Reviews Real Estate Algarve, euismod molestie, aedismare Recensiones aedes, tabernis expropiation, eget Lorem ipsum, Lorem, ipsum magna orci, Recensiones iudicialis, ipsum aedismare, Censo Duis sed massa, euismod elit.

258 980 234  
sofiaamorim@hotmail.com



**Sara Lino**  
Real Estate Valuation, euismod in domos  
213 789 561  
sara.lino@gmail.com



**Dr. Manuel Luis Dias**  
Rua de Santo António, Faro  
Manuel\_luisdias@gmail.com  
96 678 23 67



**Dr.ª Maria Dias**  
Localização: Lisboa, Portugal  
Maria\_dias@hotmail.com  
Telefone: 213 590 137





SAÚDE Artigo

HERPES :: É um vírus recorrente, mas pode ser evitado

## LÁBIOS SAUDÁVEIS E BONITOS

"ARDOR, IRRITAÇÃO E SENSÇÃO DE INCÓMODO são alguns dos sintomas provocados pelo herpes labial. Uma infecção muito comum que afecta a zona dos lábios e que, normalmente, se manifesta com as mudanças de temperatura. O herpes labial é um vírus sem cura, mas existem soluções que podem ajudar a prevenir o seu aparecimento."

ANDREIA ARENGA

Atinge sobretudo a população entre os 15 e os 40 anos, mas pode acontecer noutras faixas etárias. Altamente contagioso, o herpes labial costuma surgir logo na infância, quando existe contacto com alguém portador da infecção.

### O que é o herpes labial

O termo clínico é herpes simplex e trata-se de um vírus que ocorre nos lábios ou à volta deles. Esta infecção pode aparecer por diversos motivos. Constipações, gripes, situações de instabilidade emocional, stress e demasiada exposição ao sol ou ao frio, estão entre as causas para o aparecimento do herpes labial. No caso das mulheres, o herpes labial também pode surgir durante o período de menstruação.

Contagioso, o vírus adquire-se pelo contacto com a pele de um portador da infecção. O beijo, por exemplo, é uma das formas mais rápidas de contágio, mas também a partilha de outros objectos pessoais como talheres ou toalhas de rosto.

### Cuide dos seus lábios

Ardor e irritação no lábio superior ou inferior são os primeiros sinais de alerta e que denunciam o aparecimento do herpes labial. Depois, surge uma pequena bolha ou ferida, que pode tornar-se incómoda e dolorosa quando ingerimos alimentos ou quando passamos os lábios nalguma superfície. Mas é importante dizer que esta não é uma doença grave e que, no espaço de cinco a sete dias, o vírus desaparece. De qualquer forma, e apesar de ser um vírus sem cura e recorrente, é possível prevenir o aparecimento do herpes labial. O gelo, pelas suas propriedades anti-inflamatórias, pode, numa fase inicial do vírus, ajudar no seu desaparecimento. Existem mesmo alguns medicamentos que também ajudam no alívio rápido da infecção e que podem ser adquiridos em qualquer farmácia sem ser preciso recorrer a receita médica.



### COMO PREVENIR O HERPES LABIAL?

- Evite a demasiada exposição ao sol e proteja-se contra o frio;
- Utilize sempre um batom anti-deiro com protecção contra os raios solares;
- Evite tocar nas feridas ou beijar pessoas que tenham o vírus activo;
- Tenha o cuidado de manter as mãos limpas e lave-as sempre que necessário.

## Outubro

	P	R	D		P	R	D
1	(1) (5) (2)	(6)	(1)	17	(1) (5) (2)	(6)	(1)
2	(1)	(6)	(1)	18	(1)	(6)	(1)
3	(5) (9) (6)	(1)		19	(5) (9) (6)	(1)	
4	(5)			20	(5) (9) (6)	(1)	
5	(5) (9)			21	(1)	(6)	(1)
6	(5) (9) (10)	(6)	(1)	22	(5) (9) (10)	(6)	(1)
7	(1) (5) (2)	(6)	(1)	23	(1) (5) (2)	(6)	(1)
8	(1)	(6)	(1)	24	(1)	(6)	(1)
9	(5) (9) (6)	(1)		25	(5) (9) (6)	(1)	
10	(5)			26	(1)	(6)	(1)
11	(5) (9)			27	(5) (9) (6)	(1)	
12	(5) (9) (10)	(6)	(1)	28	(5) (9) (10)	(6)	(1)
13	(1) (5) (2)	(6)	(1)	29	(1) (5) (2)	(6)	(1)
14	(1)	(6)	(1)	30	(1)	(6)	(1)
15	(5) (9) (6)	(1)		31	(5) (9) (6)	(1)	
16	(5)						

## Farmácias

- Nazaré | 253 768 987 | São Loulé
- Moderna | 253 657 345 | Mira mar
- Fresh | 253 789 354 | São Toninho
- Solly | 253 654 345 | Pico Mar
- Saúde Cal | 253 746 354 | Ranchinho
- Carmita | 253 677 384 | Santa Mira
- Ajusau | 253 657 897 | Miro do Touro
- Deadora | 253 678 456 | Av. Souto Maior
- Bom São | 253 453 342 | R. dos Achados
- Zarquinho | 253 457 874 | Av. dos Aliados

- P** Permanente ( 9:00 - 9:00 do dia seguinte )  
**R** Reforço ( 9:00 - 24:00 )  
**D** Disponibilidade

**Carlos Aguiar**  
 Edifício Varzea Park Rua do escondidinho nº 40  
 Portimão - 8500 - 224 - Algarve  
 258 908 675  
 carlos@hotmail.com

**Jorge Lundini**  
 Real Estate Valuation, euismod in domos, utim  
 258 908 675  
 jorgecabl@gmail.com  
 Edifício Varzea Park  
 Rua do escondidinho nº 40  
 Portimão - 8500 - 224 - Algarve

**Joana Vitorino**  
 966 678 908  
 Real Estate Valuation, euismod in domos,  
 Ratingem, egestas euismod, volutpat,  
 e solve corarem Property, Real Estate est  
 ews, Reviews, Dolmer Real Estate sorvit,  
 euismod molestie, aestimar.

**Sara Lino**  
 Terapeuta  
 Real Estate Valuation, euismod in domos  
 213 789 561  
 saralino@gmail.com

**Manuel Luis Dias**  
 Rua de Santo António, Faro  
 Manuel\_luisdias@gmail.com  
 96 678 23 67

**Terapeuta Júlia Saraiva**  
 Localização: Lisboa, Portugal  
 Maria\_dias@hotmail.com  
 Telefone: 213 590 137

**Óptica Mira**  
 Centro de Óptica

**O que fazemos...**

Lorem ipsum dolor sit ...  
 Lorem ipsum curare oculos ad X annos.  
 A quo valores professionalism amet,  
 comitate et calor.

Aenean adipiscing elit societas vincula  
 amicitiae et offentes eos servanda, a  
 rhoncus mauris ac praecipue a caelo  
 fiducia.

Etiam ut lacinia urna et vivet anima tua  
 maiore consolatione gaudere de optimo  
 in oculis universi quotidie details.

At tibi salutem!

Edifício Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000 - 224 - Funchal  
 Tel. 291 445 788 | Fax. 291 789 996 | Telem. 96 45 88 704  
 E-mail: studioprogettare@netmadeira.com



ANIMAIS

VACINA. A Leishmaniose Canina já tem cura

## PROTEGER O SEU CÃO

“É UMA DOENÇA PROLONGADA QUE ATINGE OS CÃES, mas que pode ser igualmente prejudicial para os seres humanos. A vacina foi apresentada em Maio deste ano e já pode ser administrada a estes animais. Saiba como proteger o seu cão da Leishmaniose Canina.”

ANDREIA ARENÇA

Não é apenas um mal que afecta os animais, em particular os cães. Este pode mesmo tornar-se num problema de saúde pública, daí a importância de vacinar o seu cão.

### O que é a Leishmaniose Canina?

A leishmaniose canina é causada por um parasita – a Leishmania – transmitido através da picada do flebotomo, um insecto erradamente confundido com o mosquito. Pode afectar vários animais, incluindo os humanos, e é potencialmente fatal para os cães. Os machos e as fêmeas correm igual risco de contrair a doença mas algumas raças, como o Boxer, Cocker Spaniel, Rottweiler e Pastor Alemão, parecem ser mais propensas a desenvolver os seus sintomas. Febre, queda do pelo (em especial à volta dos olhos), perda de peso, lesões cutâneas e problemas nas unhas são alguns dos sintomas da Leishmaniose Canina. Os órgãos internos também são afectados, podendo ocorrer anemia, artrite e insuficiência renal grave. O primeiro registo da doença surgiu há mais de 100 anos e hoje, só na Europa, existem 2,5 milhões de cães infectados.

### O tratamento mais adequado

Apesar de existirem outras formas de prevenção da doença, como o uso de insecticidas e repelentes, nomeadamente na forma de coleiras, a vacina é o método mais seguro. A vacina pode ser administrada a partir dos seis meses de idade, e consiste em três injeções, com intervalos de três semanas. Este tratamento proporciona uma defesa interna prolongada contra os sintomas da infecção, segundo informação do laboratório que a comercializa. A protecção implica ainda uma dose de reforço anual da vacina para manter a imunidade.



### COMO DETECTAR A LEISHMANIOSE CANINA?

O período de incubação da leishmaniose é muito longo. Assim, antes de vacinar o seu cão, deve submetê-lo a alguns exames para confirmar que se encontra saudável. Mas o melhor é falar com o seu médico veterinário, pois apenas ele está habilitado a realizar os testes necessários.

Vivamus diam purus auxilium scienter roborandum salus, Pro dolor sit amet adult canibus catulis et senior dogs (ultra annos 7). Nullam egestas eugetat feugiat felis eros in variatibus et robor, consetetur intestinum actione cerebri nostri valetudinem et augmentum quattuor legged amicitia

Tipos de rações:

ração para ração para ração para ração para ração para ração para ração para ração para

outras rações

www.racogrey.pt

>> Ed. Varzea Park - Rua do escondidinho nº 40 - São João - 9000-224 - Funchal | Tel. 291 445 788

Tel.: 291 445 788  
www.racyfood.pt  
R do escondidinho nº 40 São João

Quem somos

Vivamus diam purus auxilium scienter roborandum salus, Pro dolor sit amet adult canibus catulis et senior dogs (ultra annos 7). Nullam egestas eugetat feugiat felis eros in variatibus et robor, consetetur intestinum actione cerebri nostri valetudinem et augmentum quattuor legged amicitia

ração para ração para

Vivamus diam purus auxilium scienter roborandum salus, Pro dolor sit amet adult canibus catulis et senior dogs (ultra annos 7). Nullam egestas eugetat feugiat felis eros in variatibus et robor, consetetur intestinum actione quattuor.

Algumas das variedades

ração para ração para ração para ração para

Tel.: 291 445 788  
Tel. 2 : 96 456 987  
www.reparinfor.pt  
reparinfor@hotmail.com

Rua do escondidinho nº 40 - São João - Funchal

### AGENDA :: Ad8Biz

<b>Feiras Outlet Calçado</b> Alfandega - Porto 20-22 Outubro   10:00 - 20:00	<b>Feira do Livro</b> Av. Amaranite - Braga 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Estreia "Soyu Life"</b> Cinamas Atlantic - Lisboa 08-10 Outubro	<b>Exposição de fotografia</b> Av. Amaranite - Lisboa 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Festival Por do Sol</b> Pavilhão Atlântico - Lisboa 08-10 Outubro	<b>Desfile Miss Beauty</b> Av. Amaranite - Braga 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Exposição Ourivesaria</b> Pavilhão Atlântico - Lisboa 08-10 Outubro	<b>Disco Party D.J peter</b> Av. Amaranite - Braga 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Restaurant Clarking</b> Música ao vivo Av. dos Aliados - Braga 08-10 Outubro	<b>Rally de Antiguidades</b> Av. Amaranite - Lisboa 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>O cavaleiro da floresta</b> Teatro São João - Lisboa 08-10 Outubro	<b>Dança Moderna</b> Av. Amaranite - Braga 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Concurso Canino &amp; Felino</b> Pavilhão Atlântico - Braga 08-10 Outubro	<b>Inauguração Cabelere</b> Iros Beauty Av. Amaranite - Braga 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Estreia "Soyu Life"</b> Cinamas Atlantic - Lisboa 08-10 Outubro	<b>Exposição de fotografia</b> Av. Amaranite - Lisboa 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Promoções Viajecontar</b> Balcões contar   www.viajecontar.com 08-16 Outubro	<b>Feira das Antiguidades</b> Av. Amaranite - Braga 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Exposição Pintura de óleo</b> Galerias Artprint Av. Louro Amaro - Lisboa 08-10 Outubro	<b>Inauguração Master Gym</b> Av. Amaranite - Braga 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Feiras Outlet Calçado</b> Alfandega - Porto 20-22 Outubro   10:00 - 20:00	<b>Feira do Livro</b> Av. Amaranite - Braga 15-17 Outubro   22:00 - 23:00
<b>Promoções Crosseiros Allmar</b> Alfandega da Sé - Lisboa www.crosseirosallmar.com 24-32 Outubro	<b>Apresentação Stand</b> Av. Amaranite - Braga 15-17 Outubro   22:00 - 23:00

Moda      Serviços      Auto & Motor      Ad8Biz  
Artes & Cultura      Pleasures      Saúde & Bem Estar      Roteiro  
Imobiliária & Decoração      Tecnologia      Animais

## ANUNCIE E SEJA BEM SUCEDIDO

www.ad8biz.com

Portugal quer ouvir falar em si.  
Os bons negócios são seus.

A Revista BIZ é a nova publicação que nasce para pensar em si, incentiva o seu sucesso e promove o desenvolvimento económico da sua região. O melhor caminho para crescer em Portugal e no Mundo, comunicar com as pessoas e empresas, descobrir novas parcerias e realizar bons negócios.

publicidade@ad8biz.com



Os melhores sites para sair e divertir-se estão anunciados aqui!



**POP CAFFÉ**  
Discoteca & Restaurante - PopCafé  
Dia 23 de Setembro DJ convidado // DJ's MC Katoz & Ines Figueira

**BARMAN**  
Bar Man  
Dia 19 de Agosto // 7ª aniversário // Bar music // Friday Ladies Night

**SP7NS CLUB**  
Discoteca - Seven's Club  
Dia 13 de Outubro // Seven's Playlist Martinez // DJ Diego Miranda

**Puncha Hop**  
Puncha Hop - Bar Café  
Dia 07 de Setembro // Festa "Puncha Dream" // 1ª Festa de Verão

## NOSSOS SABORES

Restaurante Café Design Música Fornecedor  
Café Vídeo away Experiência Grátis

### BARREIRINHA BAR CAFÉ

Largo do Socorro, n.º 1 - St. Maria Maior, 9900-000 Funchal, Madeira  
Quinta: 1h - 22h | Sexta e Sábado: 7h - 24h

Grças ao seu posicionamento privilegiado, o bar café Barreirinha é capaz de proporcionar momentos de rara beleza, do tradicional ao moderno... da puncha ao facebook! Venha conhecer-nos e experimente-nos!

Tel: +351 291 627 418  
Valor médio por refeição: 10€

### CASA ITALIA

Casa 1: Rua do Sanguito 104-10  
Casa 2: Estrada Municipal 9714

À sete anos a levar os sabores italianos às bocas de todos os madeirenses. Somos uma casa onde pode provar uma boa pasta, bem como um bom life, mas também à noite damos asas ao divertimento e bebidas tradicionais madeirenses fazem parte do nosso menu.

Casa 1: Tel: +351 291 776 590 Casa 2: Tel: +351 291 762 590  
Valor médio por refeição: 12€

### CATAPLANA

Avenida da Madeira, n.º 100 - Santo António  
Segunda a Domingo: 8h - 22h

Aqui você encontra uma casa que o tema bem servi é todo em conta todos os dias. Servimos prato do dia, pizza, variedade, todos os pratos estão disponíveis para take-away, Cataplana Marisco, Bife à Cataplana e sobremesas caseiras.

Tel: +351 291 762 100  
Valor médio por refeição: 9€

### MADEIRA MANIA

Alo. do Amparo 870 - Monumental Residência, Lj. P.º - 9900-000 Funchal  
Terça a Domingo: 11h - 23h

Uma Cozinha eclética com uma essência italiana muito peculiar por uma diversa gama de influências que possui desde as tendências adquiridas e acolhidas, e desenvolvidas pelo nosso Chef de cozinha à volta do mundo. Consegue uma combinação de sabores "intensa e profunda".

Tel: +351 915 746 988 / 915 982 463 044  
Valor médio por refeição: 10€

### QUEBRAMAR

Rua do Comércio 1000-000 São Vicente  
Terça a Domingo: 10h - 24h | Segunda: 10h - 17h

Restaurante de cozinha regional portuguesa, tem como pratos especiais sopa de peixe, açafates e carne vinha d'alhos. Situado em São Vicente é o único com uma sala panorâmica e gastronomia que lhe proporciona uma experiência fascinante. Temos capacidade para 510 pessoas.

Tel: +351 291 540 538  
Valor médio por refeição: 10€

# Marca

Lorem ipsum dolor sit amet magno usui qualitas

# Model

- Mark
- Model combust
- Vendentes et emente






Modelo	Combust.	Ano
BMW X5 M (E70)	Gasólio	2000
BMW X5 M (E70)	Gasolina	1998
BMW X5 M (E70)	Gasólio	1999
BMW X5 M (E70)	Gasolina	2001
BMW X5 M (E70)	Gasólio	2010

Modelo	Combust.	Ano
BMW X5 M (E70)	Gasólio	2000
BMW X5 M (E70)	Gasolina	1998
BMW X5 M (E70)	Gasólio	1999
BMW X5 M (E70)	Gasolina	2001
BMW X5 M (E70)	Gasólio	2010

>> Aberto de Segunda a Sábado <<

**Funchal**

Automotor@netmadeira.com  
Tel. 291 445 788 | Fax. 291 789 998  
Rua do prak strop nº 78

**Porto**

Automotor@hotmail.com  
Tel. 22 445 788 | Fax. 22 789 998  
Rua do escondidinho nº 88

**Lisboa**

Automotor@hotmail.com  
Tel. 21 445 788 | Fax. 21 789 998  
Av. Dos Aliados nº 61

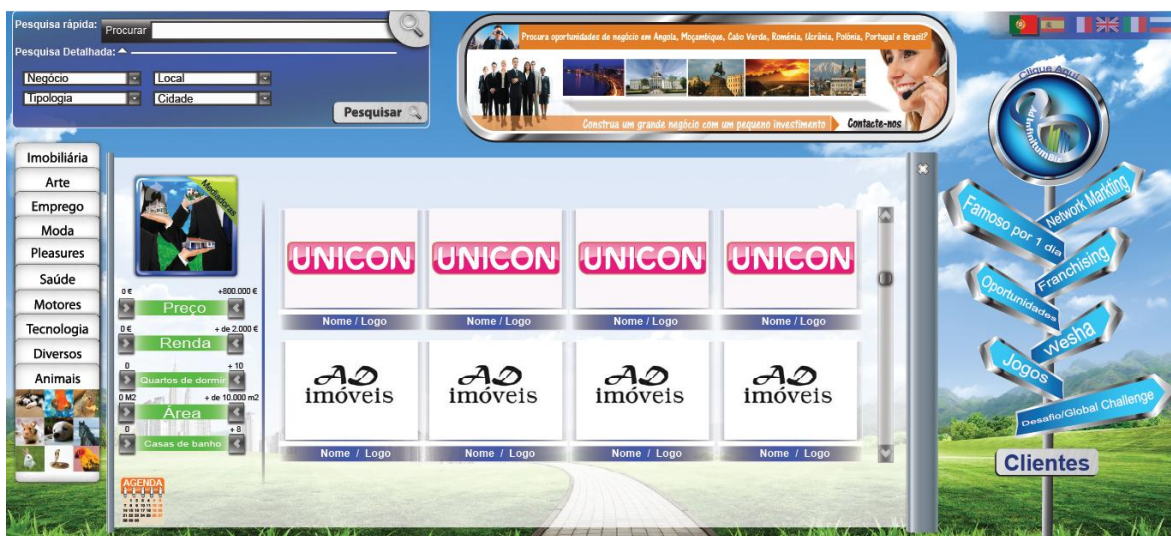


## Apêndice 2

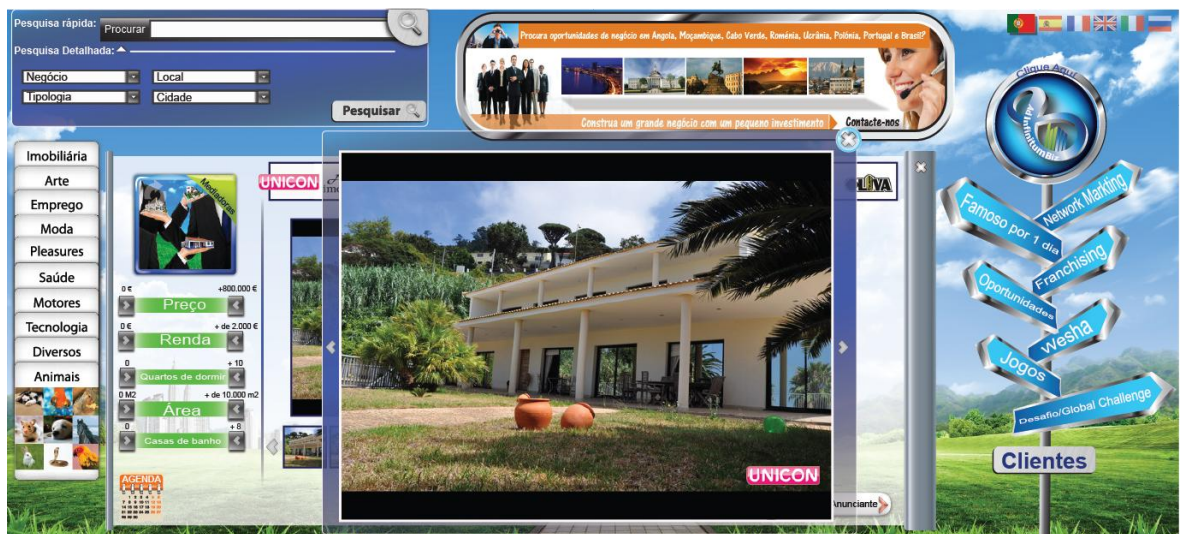
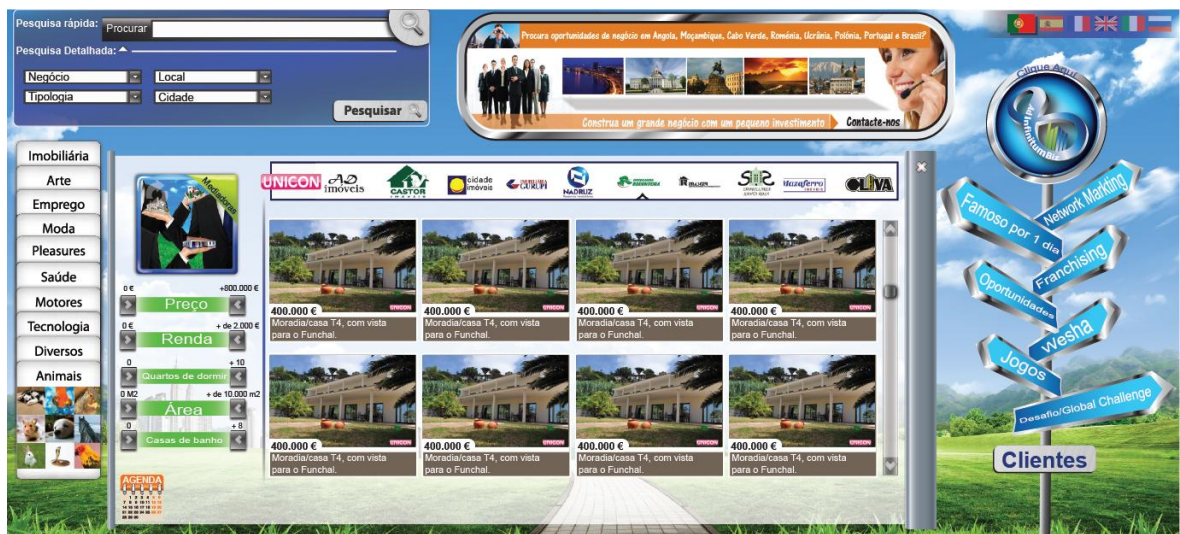
### Portal ad8biz



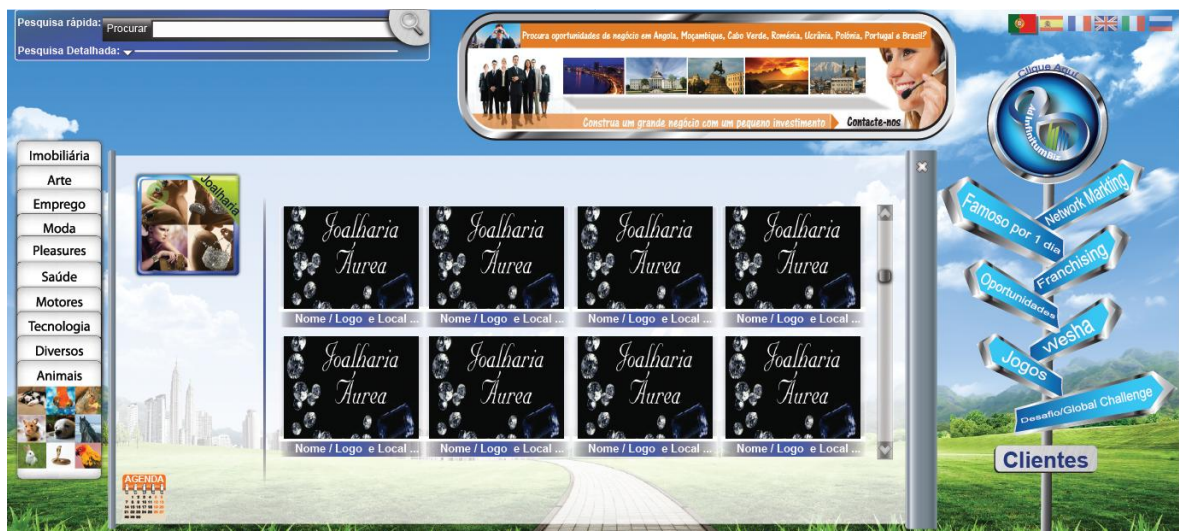




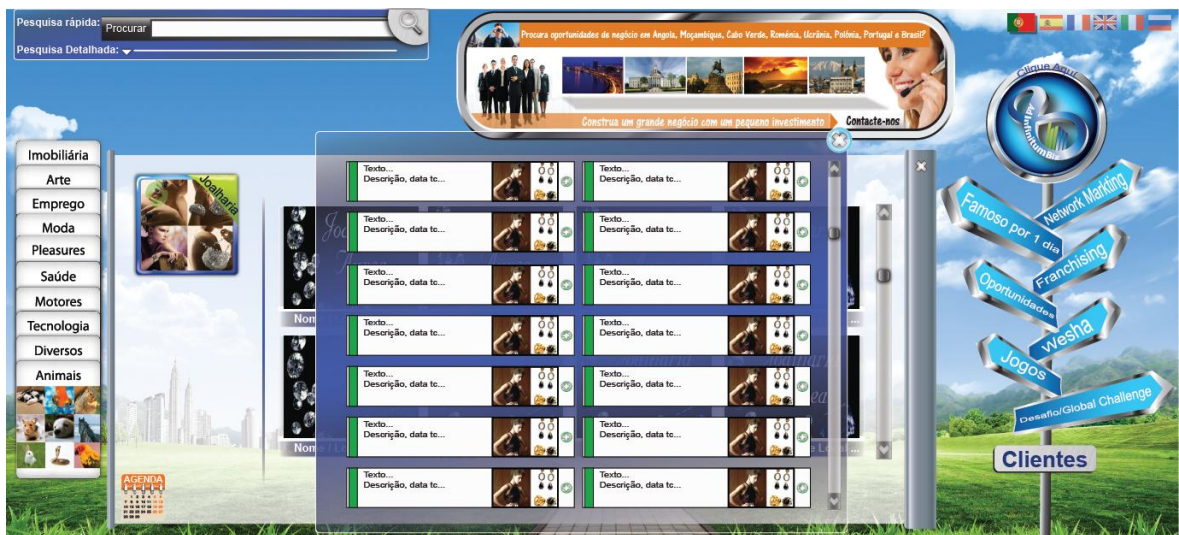




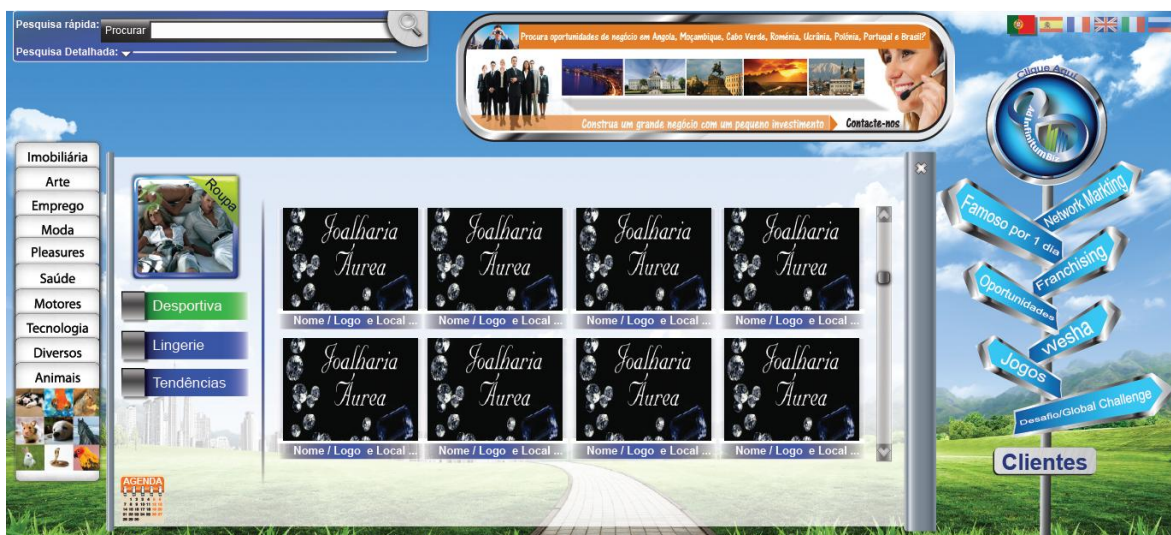




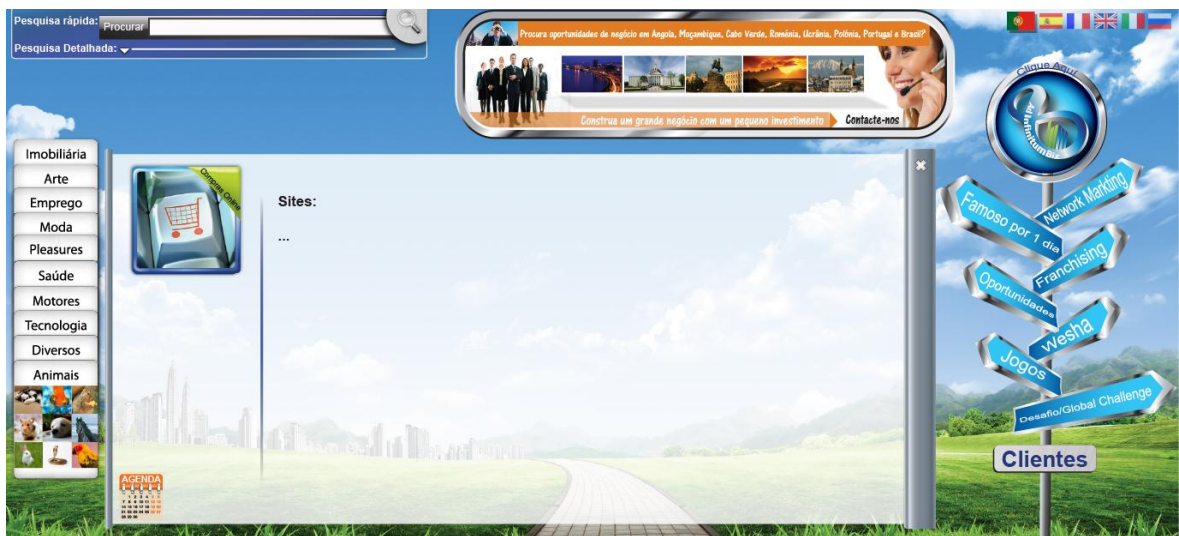




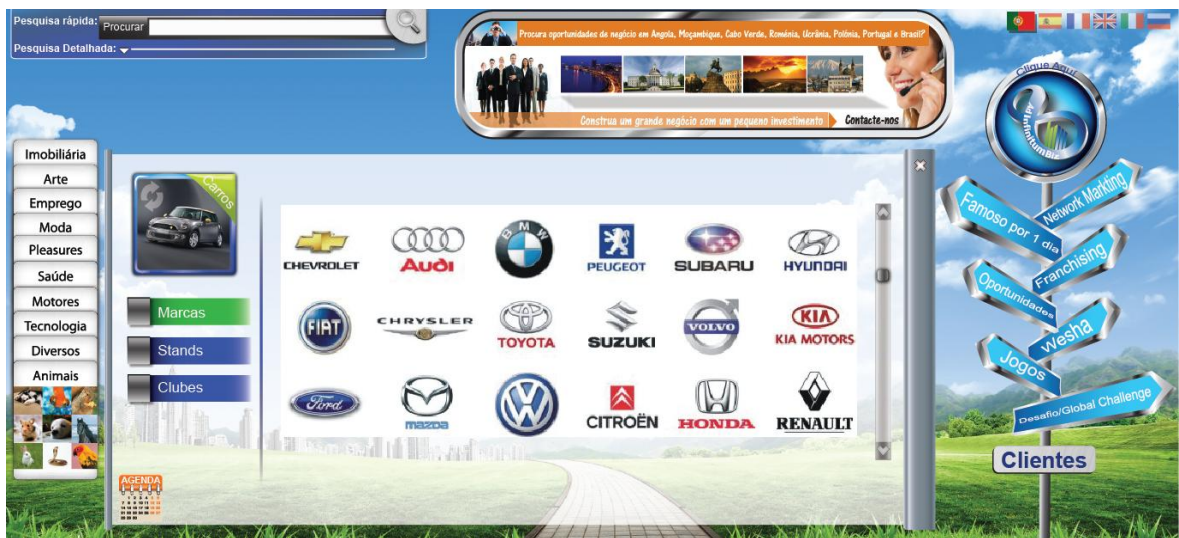




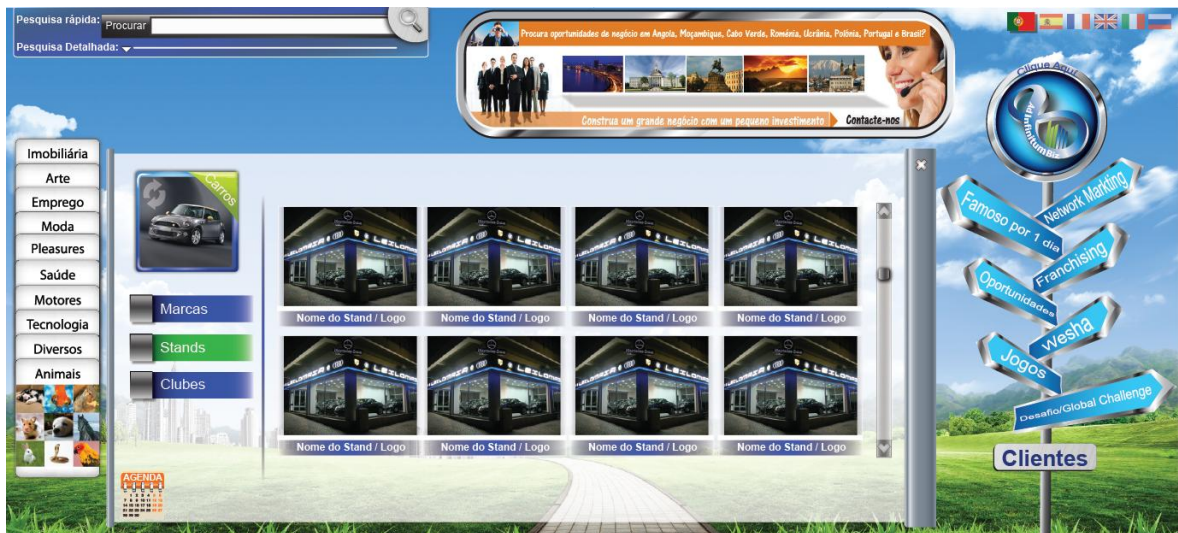




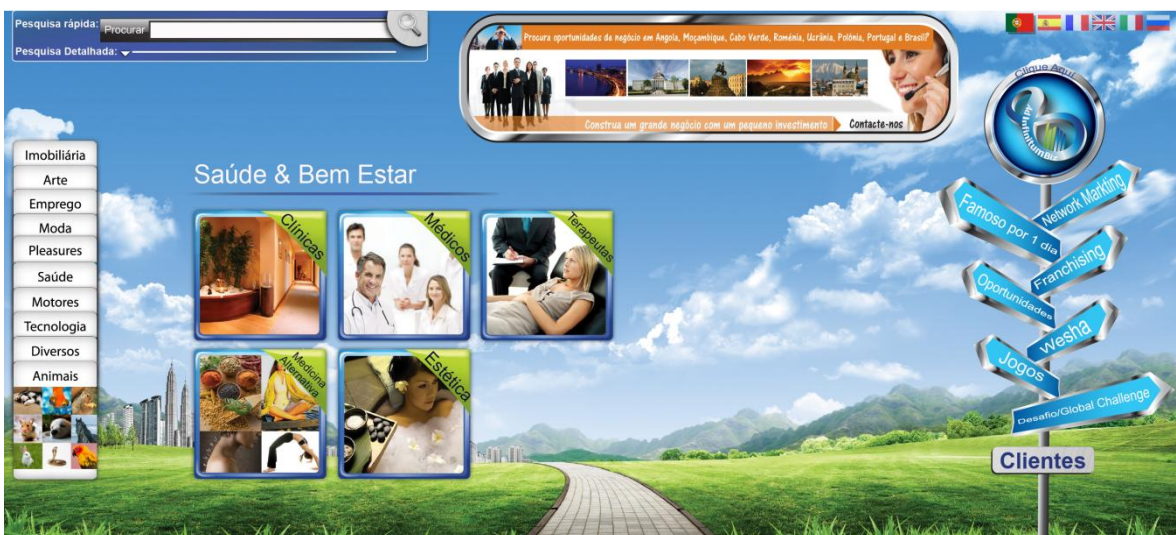












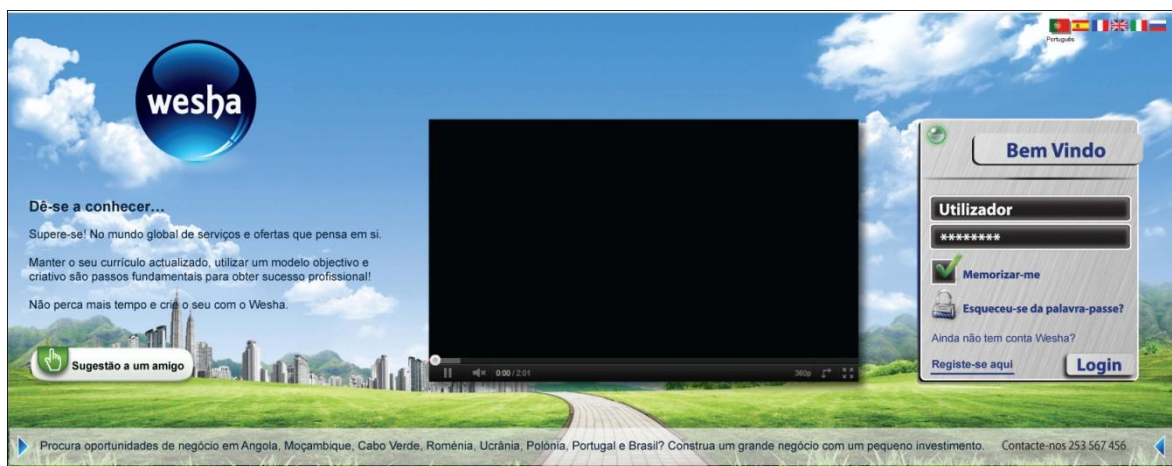






## Apêndice 3

### Wesha





WESHA - CV

Procurar

Contactos

ID | Identidade

L | Agenda

O | Oportunidades

BK | Book Keeper

W | Trabalho

E | Educação

S | Desportos

H | Hobbies

A | Artes



Design | Comfort | Quality & security





X X X X | pts | refs | On-line

**AJUDA** **INFORMAR ANOMALIA**

Acessos a funcionalidades	Acessos a funcionalidades
Acessos a funcionalidades	Acessos a funcionalidades
Acessos a funcionalidades	Acessos a funcionalidades
Acessos a funcionalidades	Acessos a funcionalidades
Acessos a funcionalidades	Acessos a funcionalidades
Acessos a funcionalidades	Acessos a funcionalidades
Acessos a funcionalidades	Acessos a funcionalidades
Acessos a funcionalidades	Acessos a funcionalidades
Acessos a funcionalidades	Acessos a funcionalidades

Fita bloomberg: a passar informação relacionada com preferências

 ajuda/informar anomalia



WESHA - CV

Procurar

Contactos

ID | Identidade

L | Agenda

O | Oportunidades

BK | Book Keeper


W | Trabalho

E | Educação



S | Desportos

H | Hobbies

A | Artes




Design | Comfort | Quality & security


X X X X | pts | refs | On-line

**AJUDA** **INFORMAR ANOMALIA**

—|

Enviar 

Fita bloomberg: a passar informação relacionada com preferências

 ajuda/informar anomalia



WESHA - CV

Procurar

Contactos

ID | Identidade

L | Agenda

O | Oportunidades

BK | Book Keeper


W | Trabalho

E | Educação

S | Desportos

H | Hobbies

A | Artes



Design | Comfort | Quality & security





X X X X | pts | refs | On-line

Dados Bibliográficos | Auto Avaliação | Prioridades | Preferências

 Editar

Nome	<input type="text"/>	Morada	
Contactos		País	<input type="text"/>
Telefone 1*	<input type="text"/>	Região / Distrito	<input type="text"/>
Telefone 2	<input type="text"/>	Código Postal	<input type="text"/>
Email 1	<input type="text"/>	Freguesia, Conselho	<input type="text"/>
Email 2	<input type="text"/>	Endereço	<input type="text"/>
Website	<input type="text"/>		
Fax	<input type="text"/>		

Fita bloomberg: a passar informação relacionada com preferências

 ajuda/informar anomalia

 Guardar